

Julkaisu etsii käyttäjää, tositarkoituksella

Hankejulkaisujen hyödyntämisen lisääminen ammattikorkeakoulussa

LAB-ammattikorkeakoulu

Muotoilija (YAMK) Innovatiivinen muotoiluajattelu

2024

Johanna Tirronen

Tiivistelmä

Tekijä Tirronen, Johanna	Julkaisun laji Opinnäytetyö, YAMK	Valmistumisaika 2024
	Sivumäärä 99	
Työn nimi Julkaisu etsii käyttäjää, tositaroituksella Hankejulkaisujen hyödyntämisen lisääminen ammattikorkeakoulussa		
Tutkinto ja koulutusala Muotoilija (YAMK) Innovatiivinen muotoiluajattelu		
Toimeksiantajan nimi, titteli ja organisaatio Riikka Wallin, julkaisuasiantuntija, Metropolia Ammattikorkeakoulu		
Tiivistelmä <p>Tämän kehittämistyön päätavoitteena oli löytää ratkaisuja siihen, miten ammattikorkeakoulun hankkeissa tuotettuja julkaisuja hyödynnettäisiin enemmän. Lähestymistapana oli muotoiluajattelu. Tietopohjan kehittämistyölle muodostivat tietomuotoilu sekä hanketyön juurruttaminen.</p> <p>Kehittämistyön empiirinen osuus toteutettiin kolmivaiheisesti. Työtä ohjanneet kysymykset vaiheittain olivat: 1) Voisiko julkaisujen muotoilua ja hanketoimijoiden muotoiluosaamista kehittämällä lisätä julkaisujen käyttämistä? 2) Miten hankejulkaisut voisivat nykyistä paremmin juurtua osaksi ammattikorkeakoulun oppimistoimintaa? 3) Olisiko kooste hankejulkaisusta potentiaalinen vakiinnutettava väline erityisesti opettajille julkaisuista viestimisen tueksi? Yksilö- ja ryhmähaastattelujen lisäksi aineistonkeruumenetelminä olivat dokumenttianalyysi, havainnointi sekä tulevaisuutta visioiva työpaja ja yhteissuunnittelun työpaja.</p> <p>Kehittämistyön tuloksena jäsenyi neljä suuntaa hankejulkaisujen käyttämisen lisäämiseksi ja juurruttamiseksi osaksi oppimistoimintaa: 1) tietoisuuden lisääminen hankejulkaisuista ja hakutoimintojen kehittäminen, 2) julkaisujen sisällön, muodon ja tyylin kohdentaminen, 3) julkaisumuotoiluosaamisen lisääminen sekä 4) julkaisuformaattien päivittäminen tämän päivän ja tulevaisuuden tarpeita vastaaviksi. Kaikki suunnat tunnistettiin olennaisiksi; ensisijaiseksi nousi tietoisuuden kasvattaminen julkaisujen olemassaolosta sekä viestintäkäytänteiden synnyttäminen ja vakiinnuttaminen niihin liittyen. Tähän tarkoitukseen työn kolmannessa vaiheessa kehitettiin ja prototypoitiin väline, julkaisu-CV.</p>		
Asiasanat muotoiluajattelu, tietomuotoilu, hankejulkaisu, hankkeiden vaikuttavuus, juurtuminen		

Abstract

Author Tirronen, Johanna	Type of Publication Master's Thesis	Published 2024
	Number of Pages 99	
Title of Publication Publication Seeking User, With Serious Intent Increasing the Use of RDI Project Publications in a University of Applied Sciences		
Degree and field of study Master of Culture and Arts, Innovative Design Thinking		
Name, title and organisation of the client (if the thesis work is commissioned by another party) Riikka Wallin, Publications Specialist, Metropolia University of Applied Sciences		
Abstract <p>The primary objective of this development work was to find solutions to how publications produced in RDI projects at the university of applied sciences could be utilized more than they currently are. The approach was design thinking. The knowledge base was formed by information design and the embedding of project work.</p> <p>The empirical part of the development work was carried out in three phases. The guiding questions for the work were: 1) Could the design of the publications and the design skills of the RDI project participants be developed to increase the use of the publications? 2) How could RDI project publications be better rooted as part of the learning activities of the university of applied sciences? 3) Could a compilation of RDI project publications be a potential tool to be established, especially for teachers, to support communication about publications? In addition to individual and group interviews, data collection methods included document analysis, observation, a future-visioning workshop, and a co-design workshop.</p> <p>As a result of the development work, four directions for suggestions emerged to increase the use and embedding of RDI project publications as part of learning activities: 1) raising awareness of RDI project publications and developing search functions, 2) targeting the content, form, and style of the publications, 3) increasing publication design skills, and 4) updating publication formats to meet the needs of today and the future. All directions were identified as essential; the priority was to raise awareness of the existence of publications and to create and establish communication practices related to them. For this purpose, in the third phase of the work, a tool, the publication-CV, was developed and prototyped.</p>		
Keywords design thinking, information design, project publication, impact of RDI projects, embedding of RDI projects		

Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Hankejulkaisu ammattikorkeakoulukontekstissa	3
2.1	Toimintaympäristönä ammattikorkeakoulu	3
2.2	Hankejulkaisun rooli ja määritelmä	4
2.3	Hankejulkaisun tavoitteet.....	5
2.4	Hankejulkaisut ja hankkeiden vaikuttavuus	6
2.5	Kehittämistyön rajaus.....	7
3	Tietomuotoilu hankejulkaisujen muotoilussa ja hanketoimijan tukena	8
3.1	Miksi tietomuotoilua – julkaisun sisältö on timanttia, eikö se riitä?	8
3.2	Tietomuotoilun onnistumisen määrittää vastaanottaja.....	8
3.3	Tietomuotoilun pohjana on ihmisen ikiaikainen tapa havaita.....	10
3.4	Tekstimuodossa olevan tiedon muotoilu.....	12
3.5	Tiedon visualisointi.....	13
3.6	Kuvat tietomuotoilun tukena.....	15
3.7	Esteettisten valintojen yhteys tietomuotoiluun	16
3.8	Tietomuotoilu tukee tietoergonomiaa ja saavutettavuutta.....	17
3.9	Tietomuotoilun sisällön ja muodon toteuttajien yhteistyö.....	18
4	Hanketyön juurruttaminen	20
4.1	Juuruttaminen ja sen suunnitelmallisuus	20
4.2	Ihmiset edistävät juurtumista	20
4.3	Viestintä ja juurruttamisprosessi	21
4.4	Hankkeiden tulosten juurtuminen oppilaitosympäristössä	23
5	Kehittämistyön lähestymistapa ja aineiston keruu.....	24
5.1	Lähestymistapana muotoiluajattelu.....	24
5.2	Muotoiluajattelun prosessi	26
5.3	Aineiston keruu ja käsittely	29
6	Kehittämistyön toteuttaminen	32
6.1	Kehittämistyön kolme vaihetta ja kolme pääkysymystä	32
6.2	Vaihe 1: Hankejulkaisujen muotoilun ja käytön analyysi.....	32
6.3	Kirjamuotoiset hankejulkaisut Metropolia Ammattikorkeakoulussa	34
6.3.1	Julkaisutyypit julkaisusarjan ja sisällön pohjalta	35
6.3.2	Julkaisutyypit muotoilun pohjalta	36
6.3.3	Tietomuotoilun määrälliset piirteet hankejulkaisuissa	39
6.3.4	Julkaisujen käyttö latausmäärien perusteella	41

6.4	Hankejulkaisujen vastaanottamista tukevat tietomuotoilun piirteet.....	41
6.5	Julkaisujen yleisen taittopohjan uudistus	43
6.6	Hanketoimijoiden viestinnän visuaalisen viestinnän osaamisen tarve.....	44
6.7	Vaihe 1: Tulokset hankejulkaisujen muodon ja käytön analyysistä	46
6.8	Vaihe 2: Selvitys hankejulkaisujen hyödyntämisestä oppimistoiminnassa	48
6.9	Organisaation näkökulma	49
6.10	Hankejulkaisujen tulevaisuus julkaisutiimin näkökulmasta	50
6.11	Julkaisutoiminnan kehittäminen graafisten suunnittelijoiden näkökulmasta	56
6.12	Lehtoreiden näkemys hankejulkaisuista opetusmateriaalina	60
6.13	Yliopettajan näkemys hankejulkaisujen juurtumisesta oppimistoimintaan.....	63
6.14	Vaihe 2: Koonti selvityksestä	67
6.14.1	Hankejulkaisuihin liittyvien keskeisten toimijoiden profiilit.....	67
6.14.2	Viiden näkökulman yhteenveto	69
6.14.3	Hankejulkaisun vaiheet ja juurruttaminen	72
6.15	Vaihe 3: Julkaisu-CV-kokeiluidean kehittäminen ja testaus.....	75
6.16	Vaihe 3: Arvio julkaisu-CV:n toimivuudesta	84
7	Ehdotukset hankejulkaisujen hyödyntämisen lisäämiseksi	86
7.1	Neljän kehittämissuunnan kokonaisuus.....	86
7.2	Tietoisuuden lisääminen hankejulkaisuista ja julkaisujen löydettävyys	86
7.3	Hankejulkaisujen sisällön ja muodon kohdentaminen oppimistoimintaan	90
7.4	Muotoiluosaamisen kasvattaminen.....	93
7.5	Pdf-formaatista kohti tulevaisuuden julkaisuformaatteja.....	95
8	Pohdinta	96
8.1	Johtopäätökset.....	96
8.2	Tekoälystä tukea hankejulkaisujen hyödyntämisen lisäämiseen	97
8.3	Kehittämistyön ja valittujen menetelmien arviointi	98
8.4	Lopuksi.....	99
	Lähteet.....	100

1 Johdanto

Meitä ympäröivän tiedon määrä on valtava ja alati kasvava. Kiitos digitalisaation, tietoa on saatavilla enemmän kuin sitä pystytään koskaan hyödyntämään. Ihmisten ajasta ja huomiosta kilpailevat lukuisat viestit, viestintäkanavat ja -muodot. Mitä vaatii yksittäisen hankejulkaisun huomatuksi tuleminen ja käyttöön ottaminen?

Ammattikorkeakoulujen tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoimintaa (TKI) toteuttavissa hankkeissa tuotetaan hanketyöstä ja sen tuloksista viestiviä julkaisuja. TKI:n pääasiallinen tarkoitus on kehittää lähialueen toimintaa, hyödyttää työelämän toimijoita ja tukea näin yhteiskunnan kasvua (Ammattikorkeakoululaki). Ammattikorkeakoulun toisen perustehtävän äärellä lehtorit tukevat opiskelijoidensa matkaa kohti alansa asiantuntijuutta, huolehtien siitä, että opiskelijoiden valmiudet toimia valmistuttuaan työelämässä nyt ja tulevaisuudessa ovat hyvällä tasolla. Lehtorit käyttävät monimuotoisia materiaaleja opetustyönsä tukena.

Ajankohtaiset, asiantuntijoiden tuottamat ja työelämään liittyvästä kehittämistyöstä kumpuavat hankejulkaisut kuulostavat sopivalta materiaaalilta ammattikorkeakouluopetuksen käyttöön. Hankejulkaisuja ei juurikaan hyödynnetä lehtorikollegoiden kanssa käytyjen keskusteluiden perusteella. Poikkeuksen tekevät yksittäiset hankkeet, joissa on suoraan tuotettu esimerkiksi vapaasti valittava opintojakso yhden tai useamman tutkinto-ohjelman opiskelijoille tai avoimen korkeakoulun sisällöksi. Miten tälle saisi aikaan myönteisen kehityssuunnan?

Tämän kehittämistyön keskeinen ajatus hankejulkaisujen hyödyntämisen lisäämisestä on yhdenmukainen suomalaisen korkeakoulu- ja tutkimusyhteisön yhteistyön tuloksena syntyneen oppimisen avoimuuden linjauksen kanssa. Linjaus käsittelee avoimen oppimisen kehittämistä pohjaten ajatukseen tutkimus- ja oppimistoiminnan välisestä yhteydestä. Tutkimus synnyttää uutta tietoa, opetus tuo sen ihmisten saataville ja osaksi oppijan osaamista. Lopputavoitteena on uuden tiedon leviäminen yhteiskuntaan. Linjauksen tavoitteissa on määritelty muun muassa, että avointen oppimateriaalien määrän tulee moninkertaistua ja laadun kehittyä paremmin oppimista tukevaksi sekä se, että Suomi tunnetaan korkeakoulusteen avoimien oppimateriaalien edelläkävijänä vuoteen 2025 mennessä. (Oppimisen ja oppimateriaalien avoimuus 2022, 4, 18–19; Avoin tiede 2022.)

Kehittämistyön tilaajana toimii Metropolia Ammattikorkeakoulun TKI-tukitoimintoihin sijoitettava julkaisutiimi. Lähtöajatus toimeksiannolle oli viestinnän visuaalisuuteen liittyvän työkirjan pohjustaminen vuonna 2021 julkaistun Hankeviestinnän käsikirjan jatko-osaksi. Olennaisimmaksi tavoitteeksi tilaajan kanssa tunnistettiin hankejulkaisujen käyttämisen

lisääminen ja sen myötä hanketoiminnan vaikuttavuuden tukeminen. Kuten Hankeviestinnän käsikirjassa todetaan, vasta sellainen julkaisu, jonka käyttäjät ovat löytäneet ja josta he ovat ottaneet oppeja käyttöön on vaikuttava (Hermiö ym. 2021, 110).

Kehittämistyön päätavoitteena on löytää ratkaisuja siihen, miten hankejulkaisuja hyödynnettäisiin nykyistä enemmän erityisesti omassa organisaatiossa. Ensimmäisessä vaiheessa tarkastelu rajautuu ajatukseen julkaisumuotoilun ja hanketoimijoiden muotoiluosaamisen vahvistamisen yhteydestä asiaan. Sivutavoitteena on hanketoimijoille kohdennetun viestinnän visuaalista osaamista tukevan tiedon kerryttäminen. Toisessa vaiheessa kartoitetaan aihetta moninäkökulmaisesti keskittyen oppimistoimintaan hankejulkaisujen potentiaalisena kohderyhmänä. Kohderyhmäksi valikoitui oppimistoiminta, koska hanketoiminnan tulosten hyödyntämisen lisääminen omassa organisaatiossa on nostettu organisaatiotason tavoitteeksi. Oma taustani ammattikorkeakoululehtorina tukee myös tätä kohderyhmävalintaa. Kehittämistyötä ohjaava kysymys on toisessa vaiheessa täsmentynyt muotoon: miten hankejulkaisujen juurtumista osaksi oppimistoimintaa voisi lisätä? Kehittämistyön kolmas vaihe on viestintää tukevan kokeiluidean yhteiskehittäminen, prototyyppi ja testaus.

Tietopohjan kehittämistyölle muodostavat tietomuotoilu sekä hanketyön juurruttaminen. Hankejulkaisu on tietoa välittävä muotoiltu tuote, siten tietomuotoilu on perusteltu taustaan tarkasteluun. Tietomuotoilu toimii myös visuaalista osaamista tukevan tiedon teoreettisena pohjana hanketoimijoita ajatellen ja on siksi mukana verraten laajasti. Hankejulkaisujen hyödyntämisen lisääminen liittyy läheisesti hanketyön tulosten juurruttamiseen. Juurruttamisen näkökulmat antavat näin ollen työlle relevantin viitekehyksen.

Kehittämistyön lähestymistapana on muotoiluajattelu. Muotoiluajattelulle tyypillisiä piirteitä ovat muun muassa ihmislähtöisyys, tulevaisuusorientaatio, yhteiskehittäminen, kokeilukulttuuri sekä läpi prosessin tapahtuva iteraatio. Nämä piirteet tukevat tätä kehittämistyötä, jossa etsitään tulevaisuuden ratkaisuja useita toimijaryhmiä koskettavaan monisyiseen haasteeseen. Kehittämistyön empiirinen osuus on toteutettu kolmessa vaiheessa. Laadullinen aineisto on kerätty usein menetelmin kunkin vaiheen tavoitteet huomioiden. Yksilö- ja ryhmähaastattelujen lisäksi aineistonkeruumenetelminä ovat dokumenttianalyysi, havainnointi sekä tulevaisuutta visioiva työpaja ja yhteissuunnittelun työpaja.

Keskeisintä tässä kehittämistyössä on määriteltyyn kehittämishaasteeseen liittyvien näkökulmien ymmärtäminen omassa kontekstissaan, todellisten haasteiden tunnistaminen ja tämän pohjalta perusteltujen kehittämissuuntien ideointi.

2 Hankejulkaisu ammattikorkeakoulukontekstissa

2.1 Toimintaympäristönä ammattikorkeakoulu

Ammattikorkeakoulu on työelämälähtöinen ja työelämäsuuntautunut korkeakoulu. Ammattikorkeakouluopintojen tavoitteena on antaa valmiudet työelämän asiantuntija- ja kehittämistehtäviin. Opetuksen tulee perustua työelämän ja sen kehittämisen vaatimuksiin. Toisena ydintehtävänä ammattikorkeakouluilla on tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoiminta (TKI). Sen tavoitteena on edistää työelämää ja aluekehitystä, uudistaa elinkeinorakennetta ja palvella ammattikorkeakouluopetusta. TKI:tä toteutetaan yhteistyössä lähialueen eri toimijoiden kanssa, joihin lukeutuvat muun muassa muut oppilaitosorganisaatiot, kolmannen sektorin toimijat ja yritykset. Ammattikorkeakoulun tulee myös edistää elinikäistä oppimista. (Ammattikorkeakoululaki.) Metropolia Ammattikorkeakoulun TKI- ja oppimistoiminta muodostavat tämän kehittämistyön toimintaympäristön.

Suomessa on 24 ammattikorkeakoulua. Niillä on omia painopistealueita ja linjauksia, sekä yhteiset suuntaviivat. Kaikki ammattikorkeakoulut esimerkiksi ovat Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvoston Arene ry:n jäseniä, joka toimii niiden yhteistyöfoorumina. Ammattikorkeakoulujen toimintaa määrittää Ammattikorkeakoululaki.

Metropolia on pääkaupunkiseudulla toimiva monialainen ammattikorkeakoulu, jossa on mahdollista opiskella 76 eri tutkinto-ohjelmassa. Vuositasolla Metropolia osallistuu noin sataan TKI-hankkeeseen. Metropolian strategisena tavoitteena on entistä vahvempi vaikuttavuus yhteiskunnan parhaaksi, ihminen edellä. Strategian ytimessä on viisi teemaa:

1. *Jatkuva oppiminen.* Elinikäisen oppimisen mahdollistaminen erilaiset oppijat ja elämäntilanteet huomioiden.
2. *Ilmiölähtöiset innovaatiokeskittymät.* Viiden innovaatiokeskittymän mahdollistama tapa oppia, tuottaa ratkaisuja ja tehdä moniammatillista yhteistyötä olennaisten yhteiskunnallisten ilmiöiden äärellä.
3. *Kestävä kehitys ja kasvu.* Keskiöissä on vastuu ihmisistä ja ympäristöstä.
4. *Ihmiset ja kulttuuri.* Rakenteiden ja toimintatapojen kehittäminen jatkuvasti enemmän oppija-, työntekijä- ja asiakaslähtöisiksi.
5. *Digitalisaatio.* Osaamisen kasvattaminen vastaamaan digitalisoituneen työelämän ja yhteiskunnan tarpeita. (Huhtaniemi 2023, 12–17.)

Yhteistyö opetus- ja TKI-toiminnan välillä (TKIO) liittyy kaikkiin Metropolia Ammattikorkeakoulun strategian viiteen teemaan. TKIO:n tavoitteena on niin TKI-toiminnan kuin oppimisen parempi vaikuttavuus. TKIO:ssa oppiminen ja opetus tapahtuvat todellisten työelämän

ilmiöiden äärellä ja yhteydessä siihen. (Esim. Huhtaniemi & Unkari-Virtanen 2023, 24; Kelo & Kesänen 2023, 64–65.) TKIO on muodostumassa oleva toimintatapa, jonka yhtenä ydinajatuksena on hankkeissa tuotetun uuden tiedon hyödyntäminen oppimistoiminnassa. TKIO-toiminnan sekä jatkuvan oppimisen ratkaisujen kehittämiseen liittyy myös avoimen oppimateriaalin tuottaminen ja yhteiskehittäminen. (Kelo & Kesänen 2023, 64–65.)

2.2 Hankejulkaisun rooli ja määritelmä

Julkaisutoiminnan rooli ammattikorkeakoulussa on tehdä näkyväksi korkeakoulun osaamisprofiilia ja siellä tehtyä kehittämistyötä. Erityisen tärkeä rooli julkaisutoiminnalla on TKI-toiminnan tulosten näkyväksi tekemisessä. Ammattikorkeakoulujen julkaisutoimintaan liittyy myös muunlaiset julkaisut. Näitä ovat esimerkiksi opetuksen kehittämiseen liittyvät sekä opettajien ja opiskelijoiden tuottamat ja heidän osaamistaan näkyväksi tekevät julkaisut. (Renfors 2014, 17–18; Laajalahti ym. 2023, 89–91.)

Julkaisutoiminnalla on rooli myös osana ammattikorkeakoulujen rahoitusta. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisutiedonkeruun kriteerit täyttävät julkaisut tuottavat julkaisupisteitä ja niiden perusteella rahoitusta. Kriteerit täyttävissä hankejulkaisuissa tuotetaan uutta tietoa. Julkaisusta vastaa tekijästä riippumaton taho ja tilaajana toimii ulkopuolinen taho. Hankkeissa ulkopuolinen tilaajataho on rahoittaja. Julkaisujen avoin saatavuus on myös yksi kriteereistä. (Opetus- ja kulttuuriministeriö; Julkaisutiedonkeruun ohje; Hautala 2022.) Julkaisujen merkitys osana rahoitusta on suhteessa rahoituksen kokonaisuuteen pieni, mutta sen rooli on kasvava. Julkaisutoiminnan kehittämiseen kohdistuu näin painetta myös rahoituksen suunnalta. (Rönkvist & Pöyry 2023; Renfors 2014.)

Ammattikorkeakoulujen julkaisut jaetaan tyypillisesti eri julkaisusarjoihin, kuten tutkimukset, raportit ja oppimateriaalit (Renfors 2014, 19). Metropolia Ammattikorkeakoulussa kirjamuotoiset julkaisut on jaettu kolmeen sarjaan: Oiva- ja Taito-sarja sekä Mikrokirjat. Oiva-sarjan yhdistävä tekijä on jatkuvan oppimisen sisällöt. Taito-sarja esittelee TKI-toiminnan tuloksia ja kokemuksia. Mikrokirjat ovat lyhyiden artikkeleiden kokoelmia, joissa valotetaan jonkin ilmiön eri puolia. Hankejulkaisuja julkaistaan kaikissa julkaisusarjoissa. Kirjamuotoisen julkaisun lisäksi hankejulkaisu voi olla myös esimerkiksi erillinen artikkeli, verkkoaineisto, blogikirjoitus, korttipakka, peli, podcast tai videojulkaisu. (Metropolia Ammattikorkeakoulun julkaisutoiminta.)

Hankejulkaisulla viitataan tässä työssä TKI-hankkeissa tuotettuihin kirjamuotoisiin julkaisuihin, jotka täyttävät Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisutiedonkeruun kriteerit. Muut julkaisumuodot on rajattu ulkopuolelle, sillä niihin liittyvä julkaisumuotoilu toimii joko eri

periaattein, kuten verkkojulkaisut tai pelit, tai julkaisun sisällöntuottajalle ei ole julkaisumuotoiluun vaikuttamisen mahdollisuutta, kuten blogialustat tai ulkopuoliset lehdet.

2.3 Hankejulkaisun tavoitteet

Ammattikorkeakouluissa julkaisutoiminnan tavoitteena on tehdä toimintaa julkiseksi sekä saattaa opittua, tutkittua ja kehitettyä muiden toimijoiden käyttöön. Julkaisutoiminta on sekä tieteellistä että ei-tieteellistä ja muodoltaan tiedekorkeakouluja monipuolisempaa. (Väänänen ym. 2018, 36.)

Hanejulkaisujen tehtävänä on tukea hankkeen tuloksista viestimistä. Hankkeen tavoitteet ja kohderyhmät määrittelevät sen, minkälaisia hankejulkaisuja on tarkoituksenmukaista toteuttaa. Julkaisu itsessään voi myös olla hankkeen tavoitteena oleva tuote. (Nikina-Ruohonen & Wallin 2021, 49–54.)

Valtaosassa hankkeita rahoittajalle tulee laatia loppuraportti, joka kertoo, mitä ja miten saatiin aikaiseksi suhteessa hankesuunnitelmaan, jolla myönteinen rahoituspäätös saatiin (Rakennerahastot, Opetushallitus). Loppuraportin luonne on taaksepäin katsova. Sen olennaisin tehtävä on vahvistaa rahoittajalle, että rahat menivät siihen mihin pitikin. Loppuraportilla on oma tärkeä roolinsa, mutta se ei sovi hankejulkaisun perustyyppiä. Hankkeen vaikuttavuutta ja tulosten kohderyhmään juurtumista tukevat julkaisut ovat muodoltaan ja julkaisukanaviltaan väistämättä jotakin muuta.

Hankkeen sidosryhmillä on julkaisemiseen liittyen erilaisia tarpeita. Tutkija Anna Nikina-Ruohonen ja julkaisuasiantuntija Riikka Wallin (2021) tiivistävät eri sidosryhmien intressejä suhteessa hankejulkaisuihin seuraavasti:

- *Rahoittaja*. Julkaisut vastaavat hankehakemuksessa luvattua. Hankkeen julkaisut tukevat hankkeen tulosten ja uusien käytänteiden hyödyntämistä sekä hankkeen vaikuttavuutta ja juurtumista niin hankkeen aikana kuin sen jälkeen.
- *Yhteistyökumppani*. Saa mahdollisuuksia yhteiskirjoittamiseen kumppaniorganisaatioiden asiantuntijoiden kanssa. Saa sisältöä omiin viestintäkanaviinsa, kuten jäsenlehtiin. Yhteistyökumppani voi vahvistaa omaa brändiään julkaisujen avulla.
- *AMK*. Julkaisut tuovat esille korkeakoulun ydinosaamista ja vievät korkeakoulun strategisia suuntauksia eteenpäin. Julkaisutoiminta tukee hankkeiden tulosten hyödyntämistä sekä korkeakoulun yhteiskunnallista vaikuttamista. Julkaisut tukevat korkeakoulun sisäistä osaamista ja innostavat asiantuntijoita aiheen pariin.
- *Hankkeen tekijät, mukaan lukien lehtorit*. Julkaisut mahdollistavat oman osaamisen kehittämistä. Ne myötävaikuttavat asiantuntijaprofiilin vahvistumiseen.

Yhteiskirjoittamisen mahdollisuudet korkeakoulun sisällä ja sidosryhmien kanssa lisäävät yhteistyötä ja tukevat ammatillisen verkoston kehittämistä.

- *Kohderyhmät.* Saavat hyödyllistä uutta tietoa sekä välineitä uuden tiedon omaksumiseen. Voivat osallistua kirjoittajina yhteisjulkaisuihin.

(Nikina-Ruohonen & Wallin 2021, 50–51.)

Sidos- ja kohderyhmien tarpeiden ymmärrys on keskeistä vaikuttavan julkaisun aikaansaamiselle. Lähtökohtaisesti kohderyhmälähtöinen, asia ja teema edellä tehty julkaisu kestää aikaa. Sen relevanssi ei häviä hankkeen päätyttyä. Kohderyhmälähtöisyyden tulee määrittää niin julkaisujen sisältöä, julkaisuformaattia kuin julkaisukanavan valintaa. (Hermiö ym. 2021, 107–110; Nikina-Ruohonen & Wallin 2021, 49–54.)

2.4 Hankejulkaisut ja hankkeiden vaikuttavuus

Hanketoiminnan tavoitteena on saada aikaan muutosta yhteiskunnassa. Vaikuttavuuden kannalta olennaista on kysymys: mitä sitten? Miten tehty työ jää elämään hankkeen päättymisen jälkeen? Miten se juurtuu osaksi kohderyhmiensä arkea? Tämä on myös olennainen rahoituksen saamisen edellytys. (Rakennerahastot; Opetushallitus.) Monipuolinen julkaisutoiminta liittyy hankkeen vaikuttavuuteen, tuloksista viestimiseen, jatkokehittämiseen ja juurtumiseen. Julkaisujen suoraa vaikuttavuutta suhteessa sidosryhmissä tai laajemmin yhteiskunnassa tapahtuvaan muutokseen on varsinkin lyhyellä aikavälillä haastava havaita ja tutkia. (Väänänen ym. 2018, 36, 39.)

Akateemisessa maailmassa puhututtaa tieteellisten julkaisujen lisääntyminen ja hautautuminen pdf-arkistoksi. Siellä ilmiö kietoutuu erityisesti tutkijoiden rahoitusmekanismeihin, joissa julkaisuaktiivisuudella on suuri rooli. Samoin yhteys asiaan on ajatusmallissa, että tutkijan tehtävä on etsiä tietoa. Tiedon ei tarvitse tulla luo. (Laajalahti ym. 2023, 89–91.)

Laajalahti ym. (2023) mukaan tieteellisen tiedon hyödyntämisen kuusi estettä ovat:

- 1) *Tiedon määrä.* Tutkittua tietoa on saatavilla niin paljon, että on vaikea erottaa ja löytää itselle soveltuva.
- 2) *Tiedon avoimuus ja löydettävyys.* Osa tieteellisistä julkaisuista on maksumuurien takana. Suurempi haaste on julkaisujen määrä, joista kukaan ei ole tietoinen.
- 3) *Tieteen kieli.* Suurin osa tieteellisestä tiedosta julkaistaan kansainvälisissä kanavissa muulla kuin suomen kielellä. Myös käytetty terminologia ja tiedon esittämisen tapa haastavat ja etäännyttävät lukijaa.
- 4) *Tutkimusaiheiden relevanssi.* Aiheiden ei koeta olevan itselle olennaisia.
- 5) *Eri toimijoiden osaaminen.* Sekä tiedon tuottajilta että vastaanottajilta vaaditaan osaamista ja motivaatiota tiedon soveltamiseen, jotta tieto päätyisi osaksi arkea.

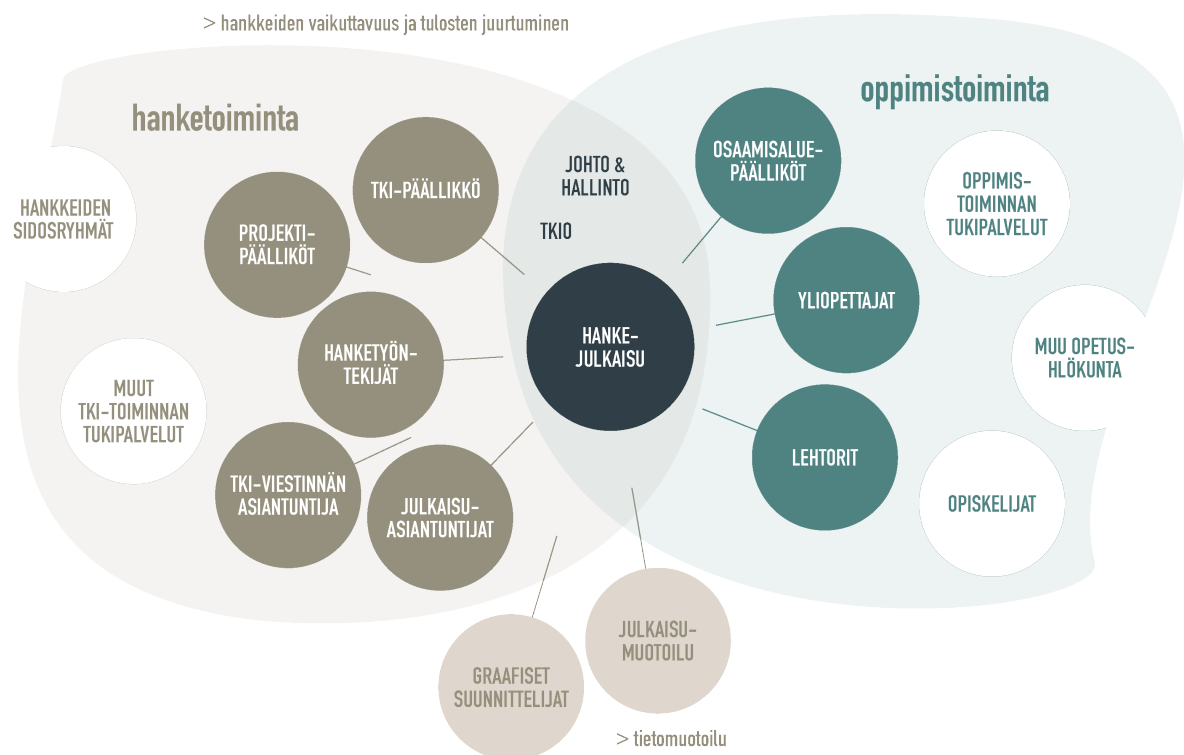
- 6) *Tutkitun tiedon arvostus*. Miten tiedon levittämiseen tietoa tuottavassa organisaatiossa ja vastaanottamiseen kohdeorganisaatiossa panostetaan. (Laajalahti ym. 2023, 85–87.)

Tiedon hyödyntämisen vahvistaminen liittyy sen elinkaaren kaikkiin vaiheisiin, tiedon tuottamiseen, levittämiseen, soveltamiseen ja juurruttamiseen. (Laajalahti ym. 2023, 88–89.) Tieteellisen julkaisemisen konteksti on eri, mutta samankaltaiset asiat liittyvät myös hankejulkaisuihin. Tieto voi vaikuttaa vasta, kun se on otettu käyttöön.

2.5 Kehittämistyön rajaus

Tämä kehittäminen käsittelee hankejulkaisuja ja julkaisumuotoilua sekä hankejulkaisuja hanke- ja oppimistoiminnan kohtaamispaikassa. Päätahtona on tuottaa ratkaisuja hankejulkaisujen käyttämisen lisäämiseen.

Käsiteltävät näkökulmat ovat hankejulkaisujen muotoilun kuvaamisen lisäksi organisaation edustajista osaamisalue- ja TKI-päällikön, TKI-tukitoiminnasta julkaisu- ja TKI-viestinnän asiantuntijan, hanketoimijoiden, oppimistoiminnasta lehtoreiden ja yliopettajan sekä organisaation ulkopuolelta julkaisumuotoilua tekevän graafisen suunnittelijan näkökulma. Kuviossa 1 on kuvattuna kehittäminen konteksti ja rajaus. Kehittämissä käsiteltävät näkökulmat on esitetty värityksellisin ympyröin.



Kuvio 1: Kehittämistyön konteksti ja rajaus.

3 Tietomuotoilu hankejulkaisujen muotoilussa ja hanketoimijan tukena

3.1 Miksi tietomuotoilua – julkaisun sisältö on timanttia, eikö se riitä?

Tieto- eli informaatiomuotoilun keskeisin tavoite on tiedon välittäminen. Tietomuotoilu painottaa vastaanottajakeskeisyyttä sekä ihmisen havainnoinnin ja ajattelun logiikoiden huomioimista. Hankejulkaisujen tehtävä on ensisijaisesti tiedonvälitys. Tietomuotoilu sopii siten näkökulmaksi hankejulkaisujen tarkastelemiseen. Tietomuotoilun peruselementit muodostavat myös pohjan mahdollista hanketoimijoille suunnattavaa viestinnän visuaalisuuden työkirjaa varten. Ilman tarkoituksenmukaista muotoilua paraskin sisältö ohitetaan.

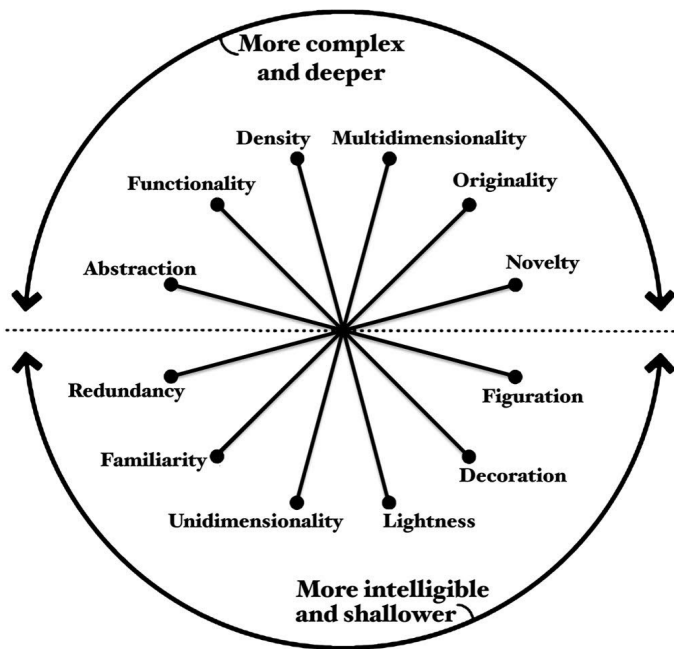
Tietomuotoilulla viitataan kirjallisuudessa osin yksittäisiin tietoa visuaalisesti esittäviin kokonaisuuksiin, kuten visualisoinnit, osin laajempiin dokumentteihin tai sivustoihin, joilla tietoa välitetään. (Koponen ym. 2016, 16; Cairo 2013, 18.) Tässä työssä viitataan tietomuotoiluun laajempaan tiedon välittämisen kokonaisuutena ja puhun tiedon visualisoinnista viitatessani yksittäiseen tiedon pohjalta tehtyyn kuvaan. On huomattava, että suuri osa alan kirjallisuudesta käsittelee aihetta sen suppeammassa merkityksessä. Yleiset periaatteet ovat sovellettavissa molempiin. Tietomuotoilun avulla:

- varmistetaan olennaisen tiedon löydettävyys
- autetaan vastaanottajaa luomaan haluttuja merkityksiä tiedon pohjalta
- tuetaan tiedon käytettävyyttä vastaanottajan kontekstissa (Cairo 2013, 18).

3.2 Tietomuotoilun onnistumisen määrittää vastaanottaja

Mitä tarkemmin kohderyhmä on määritelty ja tunnetaan, sitä paremmin tietomuotoilu on kohdennettavissa. Tällöin se on paitsi kohderyhmän edustajille ymmärrettävää ja selkeää, myös esteettisesti miellyttävää ja haluttavaa.

Alberto Cairo on koostanut visualisointipyörä-mallin (engl. The Visualization Wheel) tietomuotoilun käsittelemisen tueksi (kuvio 2). Mallin tarkoitus on auttaa tarkastelemaan tietomuotoilun piirteitä. Pyörä koostuu kuudesta tietomuotoilun piirteistä esittävästä janasta, jotka asettuvat ikään kuin pyörän pinnoiksi. Paras muotoilullinen ratkaisu on vastaanottajan huomioiva tasapaino kunkin janan osalta. (Cairo 2013, 50–52, 59.) Visualisointipyörä on myös jaettu kahdeksi puoliskoksi: monimutkaisempi ja syvällisempi sekä ymmärrettävämpi ja kevyempi. Monimutkaisuudella ei tarkoiteta ensisijaisesti tyyliä, vaan kuinka paljon panostusta vastaanottajalta vaaditaan asian hahmottamiseksi ja ymmärtämiseksi.



Kuvio 2: Visualisointipyörä (Cairo 2013, 59).

Cairo (2013) viittaa visualisointipyörän piirteillä ja sen käyttämisellä erityisesti tiedon visualisointeihin. Pyörä on sovellettavissa myös laajemmin tietomuotoilun analysointiin. Sovellan visualisointipyörää tässä työssä hankejulkaisutyypin kuvaamiseen.

Visualisointipyörän kuusi janaa ovat:

1. *Abstraction – figuration / abstrakti – esittävä*. Ikonisen, esittävän ja abstraktin symboliikan välinen balanssi. Esittääkö esimerkiksi ihmistä kuva ihmisestä tai onko ihminen kuvattu abstraktilla muodolla.
2. *Functionality – decoration / funktionaalinen – koristeellinen*. Suoraan tiedon esittämistä palvelevan sisällön ja dekoratiivisen, ei ymmärtämiseen suoraan linkittyvän sisällön balanssi.
3. *Density – lightness / tiivis – väljä*. Datan määrä, tiiviys, suhteessa kokonaisuuteen.
4. *Multidimensionality – unidimensionality / tiedontulkinta vaativaa – tiedon tulkinta helppoa*. Vastaanottajan tiedon tulkitsemiseen tarvitsemien tasojen määrä.
5. *Originality – familiarity / originelli – tuttu*. Osa tiedon esittämisen tavoista on vastaanottajalle tutumpia kuin toiset. Niiden lukeminen on vaivattomampaa. Uudet tiedon esittämisen tavat voivat herättää kiinnostusta ja vetää puoleensa.
6. *Novelty – redundancy / kertaluonteisuus – toisteisuus*. Esitetäänkö useita asioita kerran, jolloin jokainen asia tulee vastaan uutena tai yksi asia useasta näkökulmasta. Toisteisuus voi olla tarpeen monimutkaisen asian ymmärtämisen varmistamiseksi. (Cairo 2013, 52–59; suomennokset kirjoittajan.)

3.3 Tietomuotoilun pohjana on ihmisen ikaikainen tapa havaita

Tiedon vastaanottaja on ihminen. Ihmisen tapa havaita ja jäsentää tietoa ei ole ajan saatossa muuttunut, vaikka tiedon tuottamisen ja välittämisen tavat ovat. Se on syytä huomioida julkaisumuotoilussa. Havaitsemisen lainalaisuuksien ymmärtäminen ja hyödyntäminen on olennaista kaikessa tiedon välityksessä. (Koponen & Hildén 2019, 13.) Koponen ym. (2016) puhuvat tästä osuvasti tietomuotoilun kielioppina (Koponen ym. 2016, 16).

Havaitsemisen tasot voidaan jakaa kolmeen: intuitiivinen esitietoinen havaitsemiseen, kokonaisuuksia skeemamaisesti hahmottava ja tietoinen tulkinnanvarainen taso. Prosessi voi edetä kumpaankin suuntaan, ensimmäiseltä tasolta ylöspäin tai kolmannelta tasolta alaspäin. Ensimmäiseltä tasolta ylöspäin etenevä prosessi alkaa näköhavainnon ärsykekynnyksen ylittämällä, intuitiivisesti. Ylhäältä alaspäin kulkeva prosessi puolestaan on tietoinen, käsillä olevan tehtävän ohjaama prosessi. (Koponen ym. 2016, 86–87; Cairo 2013, 136–137.) Molempien prosessien hyödyntäminen rinnakkain saa aikaan parhaan lopputuloksen, kummallakin on vahvuutensa ja heikkoutensa. Intuitiivisessa prosessissa huomiokynnyksen ylittämällä on olennaisin rooli. Vastaanottaja havaitsee ensin visuaalisesti erottuvimman asian. Tämä voi johdattaa epäolennaiseen sisältöön tai väärin tulkintoihin, mikäli erottuvat asiat eivät vie huomioita olennaiseen. (Koponen ym. 2016, 325.) Ylhäältä alaspäin tapahtuvassa prosessissa rajoitteena voi olla valikoivuus. Ihminen havaitsee asioita sen mukaan, mitä tietoa hän on hakemassa tai mitä olettaa löytävänsä. Silmä voi esimerkiksi etsiä sivulta avainsanoja ja samalla ignoroida suuren osan muusta sisällöstä. (Weinschenk 2020, 98–99; Pettersson 2017, 425.)

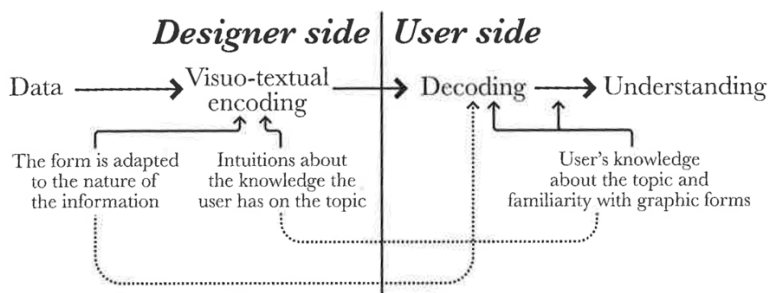
Havaitsemisen ensimmäisellä tasolla näköaistin ja aivojen liki autonominen yhteispeli suodattaa tiedosta osan. Se, mitä silmä ei huomaa, ohitetaan. Puhutaan esiin nousevista tai kohdennettavista piirteistä. Tietomuotoilussa esiin nousevat piirteet huomioidaan, koska niiden havaitseminen on vastaanottajalle nopeaa, automaattista. Kyse on piirteistä, jotka erottuvat suhteessa ympäristöön, näitä piirteitä ovat esimerkiksi koko, väri, muoto ja sijainti. (Koponen ym. 2016, 88–89.) Olennaisimman asian erottumista kannattaa tukea vähintään kahden esiin nousevan piirteen avulla, jolloin sen löydettävyys paranee ja nopeutuu. (Cairo 2013, 119–121; Koponen ym. 2016, 87–90, 95.) Tämä on sovellettavissa niin siihen, miten julkaisu erottuu kirjaston hyllyltä, kuin siihen, miten tärkeä asia erottuu julkaisun aukeamalta tai yksittäisestä visualisoinnista.

Havaitsemisen toisen tason ydin on ymmärrys siitä, että ihminen havaitsee asioita kokonaisuuksina, suhteessa vieressä oleviin elementteihin ja ympäristöön. Tähän liittyviä periaatteita, hahmolakeja, hyödynnetään yhtenä tietomuotoilun perustana. (Esim. Koponen ym. 2016, 91–93; Pettersson 2017, 427–433.)

Hahmolakeja on verrattu skeemoihin, sisäsyntyisiin alitajuisiin malleihin, joilla hahmotamme maailmaa. Yleisimmin hahmolakeja määritellään seitsemän: samankaltaisuuden (similarity), kontrastin (contrast), jatkuvuuden (continuity), läheisyyden (proximity), hyvän muodon (grouping), sulkeutuvuuden (closure) ja yhteisen liikkeen laki (common fate). Vastaava on lisäksi yhdistävän alueen periaate.

Esimerkiksi samankaltaisuuden lakia hyödynnetään johdonmukaisena tapana osoittaa yhteen kuuluvia asioita. Silmä tarttuu toistuvaan visuaaliseen elementtiin ja liittää siihen yhtäläisen merkityksen. Saman väristen, kokoisten ja muotoisten asioiden ajatellaan edustavan samaa asiaa. Tiedon visualisoinnissa tätä hyödynnetään erityisesti tietoon liittyviä muuttujia kuvatessa. Julkaisusuunnittelussa tämä tarkoittaa esimerkiksi taitossa toistuvien elementtien tai tekstityyppien yhdenmukaisuutta. Läheisyyden lailla puolestaan tarkoitetaan tapaa havaita toisiaan lähellä olevat asiat yhdeksi kokonaisuudeksi. Julkaisusuunnittelussa tämä tarkoittaa esimerkiksi sen varmistamista, että otsikko ja siihen liittyvä teksti tai kuva ja kuvateksti havaitaan toisiinsa kuuluviksi. Yhdistävän alueen periaatteella voidaan vahvistaa muiden hahmolakien mukaista hahmottamista tai auttaa hahmottamista niiden vastaisesti. Esimerkiksi viivalla tai värialueella toisiinsa yhdistetyt elementit koetaan yhteen kuuluviksi, vaikka ne olisivat kauempana toisistaan tai keskenään erilaisia. Julkaisusuunnittelussa viivat, ääriviivat ja muodot ovat käyttökelpoinen keino linkittää taiton elementtejä toisiinsa. (Cairo 2013, 114–117; Koponen ym. 2019, 91–93; Pettersson 2017, 427–433.)

Kolmas havaitsemisen taso tarkoittaa tietoista ja aktiivista havaitun tunnistamista ja tulkintaa. Vastaanottaja esimerkiksi etsii tietoa tietystä aiheesta ja tunnistaa siihen liittyviä piirteitä. Asioiden sopimuksenvaraisilla merkityksillä on suuri rooli. Se on sidoksissa vastaanottajan taustatietoon, kokemuksiin ja kulttuurisiin piirteisiin. (Cairo, 2013, 136–137; Koponen ym. 2016, 38, 86.) Tietomuotoilija muotoilee tiedosta vastaanottajalle suunnatun ymmärrettävän kokonaisuuden, vastaanottaja purkaa tämän koodauksen oman taustansa mahdollistamalla tavalla (kuvio 3) (Cairo 2013, 60).



Kuvio 3: Suunnittelija koodaa ja vastaanottaja purkaa tietoa (Cairo 2013, 60).

Havaitseminen on aina jossain määrin subjektiivista, vaikka yhteiset havaitsemisen tavat ihmisiä yhdistävätkin. Tiedon määrän punnitseminen vastaanottajan tarpeisiin vastaavaksi sekä muotoilulla sen vahvistaminen, mikä on olennaisinta, mitä ainakin vastaanottajan halutaan viestistä huomaavan, ottavan vastaan ja muistavan, on keskeistä tietomuotoilulle.

3.4 Tekstimuodossa olevan tiedon muotoilu

Hankejulkaisut ovat tekstipainotteisia. Tekstin muotoilu, joka tukee tiedon välittymistä ja ymmärrettävyyttä voidaan katsoa osaksi tietomuotoilua. Se tarkoittaa muun muassa julkaisun taiton rakennetta, lukupolon määrittämistä ja sisältöhierarkian selkeäksi tekemistä.

Taiton rakenne ja visuaalinen tyyli luodaan typografian, värien, graafisten elementtien, kuvituksen linjan, tyhjän tilan harkitun käytön ja näiden asettelun avulla. Graafisen suunnittelijan asiantuntijuutta on elementtien viestintää tukeva käyttö ja tarkoituksenmukainen visuaalisen tyylin luominen. (Esim. Grafia.) Jokainen näistä ansaitsisi laajan käsittelyn. Teen tässä rajauksen suoraan tietomuotoilun alle kuuluviin asioihin, taittoon ja typografiaan.

Taitto eli sivusommittelu tarkoittaa julkaisun rakennetta. Sen muodostaa tekstin, kuvien, graafisten elementtien ja tyhjän tilan kokonaisuus. Taitto tukee viestin välittymistä. Taitolliset ratkaisut ohjaavat vastaanottajaa jäsentämään tekstimassaa, erottamaan olennaisimman ja etenemään julkaisussa. (Koponen ym. 2016, 65.) Tietomuotoilun rakenteet voi jakaa kahteen päätyyppiin, lineaariseen ja avoimeen. Lineaarisisessa rakenteessa asiat ajatellaan käytävän läpi aina samassa ennalta määritellyssä järjestyksessä. Sen tyyppillisiä edustajia ovat julkaisut ja käyttöohjeet. Avoimessa rakenteessa ei ole yhtä lukutapaa, lukija valitsee oman tapansa edetä. Avoin rakenne liittyy useimmiten yksittäiseen visualisointiin. Sarjallisilla ratkaisuilla tuetaan lineaarista, säteittäisillä avointa rakennetta. Lineaarinen ja sarjallinen rakenne voivat myös sekoittua. (Koponen ym. 2016, 59–60.)

Tukemalla silmäilyä vahvistetaan havaitsemisen prosesseja. Visuaalisesti esiin nousevilla piirteillä nostetaan kokonaisuudesta esille sisällöllisesti olennainen. Ne muodostavat julkaisun sisälle visuaalisia maamerkkejä. Kohderyhmälle tärkeiden sisältöjen huomioiminen on olennaista. Ennakoidaan sitä, mitä vastaanottaja on etsimässä. Julkaisussa otsikointi, tekstinostot, listat, tiivistelmät, visualisoinnit ja leipätekstistä visuaalisin elementein osoitetut kohdat ovat tyyppillisiä välineitä silmäilyn tukemiseen. Silmäilyä tukeva muotoilu on yhteydessä tiedon löydettävyyteen ja saavutettavuuteen (Laajalahti ym. 2023, 86).

Hierarkian luominen tekstisisällölle on taiton yksi olennaisimpia tehtäviä. Sillä autetaan vastaanottajaa löytämään olennainen ja hahmottamaan sisällön hierarkian tasot. Pääotsikot ja alaotsikot erottuvat selkeästi leipätekstistä, lisätieto on muotoiltu niin, ettei se sekoitu

leipätekstiin. Tekstinostot ja ingressit tukevat tiedon löydettävyyttä ja erottuvat muotoilullaan. (Johnson, 2010, 30.)

Typografialla viitataan siihen, miltä teksti näyttää. Se pitää sisällään niin tekstityyppien valinnan kuin tekstin sommittelun. Tietomuotoilun näkökulmasta olennaista on tekstin luettavuus. Luettavuutta voidaan tarkastella tekstin helppolukuisuuden ja tunnistettavuuden näkökulmista. Tekstityypin muotoilu vaikuttaa siihen, kuinka hyvin kirjaimet ja sanat ovat tunnistettavissa. Vastaanottaja tunnistaa parhaiten toisistaan erottuvat kirjaimet sekä sellaisen kirjasintyylin, jota on tottunut lukemaan. Luettavuutta tuetaan erityisesti tekstimassan taitolla. Siihen liittyy esimerkiksi palstan muoto, leveys, riviväli, tekstin tasaus ja tavutus. Huomionarvoista on, että palstat vaikuttavat luettavuuteen jopa enemmän kuin tekstityyppi. (Koponen ym. 2016, 278–280; Johnsson, 2010, 39–45.)

Lukupolkuja eli huomion kiinnittymistä sekä asian parissa viipymistä erilaisten taittoratkaisujen äärellä on selvitetty katseenseurantatutkimuksissa. Integroidun sekä sarjallisen taiton on todettu lisäävän lukemiseen käytettyä aikaa ja asian ymmärtämistä. Esimerkiksi tekstiä ja infografiikkaa sisältävällä sivuaukeamalla, jossa teksti ja infografiikka ovat erillisinä osina, lukija tyypillisesti siirtyy pääotsikosta suoraan tutkimaan visualisointia ja hyppää tekstisisällön yli. Jos grafiikat oli pilkottu ja integroituna tekstipalstoihin niin, että toisiaan vastaava teksti- ja kuvasisältö olivat lähekkäin, lukijat kiinnittivät huomion sekä tekstiin että infografiikkaan. Saman voi ajatella koskevan myös muuta kuvallista sisältöä kuin infografiikat. Sarjallisen taiton on todettu lisäävän lukemiseen käytettyä aikaa ja tiedon ymmärtämistä. (Koponen ym. 2016, 66–68.)

3.5 Tiedon visualisointi

Tiedon visualisoinnilla tarkoitetaan ei-kuvallisen tiedon saattamista visuaaliseen muotoon tavalla, johon teksti yksin ei pysty. Usein visualisoinneissa päädytään kuvaan, joka sisältää sekä visuaalisia elementtejä että tekstiä. Visuaaliset elementit tukevat kokonaiskuvan hahmottamista, teksti puolestaan tulkintaa. Visuaalinen muoto nopeuttaa monimutkaisen asian hahmottamista ja ymmärtämistä sekä parhaimmillaan tuottaa vastaanottajalle tietoon pohjautuvia uusia oivalluksia. (Koponen ym. 2016, 15, 30.)

Onnistunut tiedon visualisointi on oikopolku tiedon ymmärtämiseen. Tyypillisiä visuaalisen esittämisen tapoja ovat esimerkiksi vertailu, trendien ja toistuvien asioiden esittäminen, erillaisuuden osoittaminen ja syy-yhteydet (Koponen ym. 2019, 13). Tiedon visualisoinnin lajityyppejä ovat muun muassa kuvalliset mallinnukset, tekniset piirroksot, verkostomallit, kartat ja tilastografiikka (Koponen ym. 2016, 118–126).

Yleinen vaatimus visualisoinneille on, että ne pohjautuvat tosiasioihin, ovat selkeitä ja johdattavat vastaanottajan huomion olennaisiin asioihin (Koponen ym. 2016, 32, 325). Esimerkiksi hankkeen tuloksena syntyneiden käytänteiden sijoittuminen kohdeorganisaation systeemiseen kokonaisuuteen, käytänteeseen liittyvän prosessin kuvaaminen tai tutkimuksen raakadatan esittäminen kuvaajana voisivat olla tällaisia. Kaikkea ei voi, eikä kannata esittää visuaalisesti. Abstraktin käsitteen selkeyttäminen esimerkiksi on todennäköisimmin järkevämpää tekstimuodossa.

Tiedon visualisointi jaetaan yleensä kahteen kategoriaan infografiikkaan ja visualisointeihin. Infografiikalla tarkoitetaan datan esittämistä graafisessa muodossa. Erilaiset kaaviot tai grafiikat jäsentävät ja kuvaavat olemassa olevan tiedon niin, että merkitys on ymmärrettävissä. Infografiikka on luonteeltaan selittävää, se välittää ennalta määriteltyä viestiä. Visualisoinnilla viitataan visuaaliseen konseptiin, joka tuo tiedosta näkyviin jotakin uutta. Se toimii välineenä tiedon tutkimiselle. Visualisoinnin avulla vastaanottaja voi muodostaa aineistosta tarinan. (Cairo 2013, 16–17; Koponen ym. 2016, 20–22.) Todellisuudessa jako ei ole näin ilmeinen, vaan tiedon visualisointi voi sisältää piirteitä molemmista.

Olenneisimmat periaatteet tiedon visualisoinnissa ovat vertailu ja pelkistäminen. Yksittäinen asia ei ole kertova. Yksi lukuarvo tai muoto saa merkityksen vasta, kun sitä verrataan muihin. Visualisointien luomiseksi tarvitaan aineistojen luokittelua ja järjestämistä, jotta tiedon pohjalta on suunniteltavissa selkeä ja riittävän pelkistetty kokonaisuus, jossa vertailu on mahdollista. Hyvinkin suuri datamäärä voidaan luokitella ja järjestää kuvaksi niin, että siitä on nopeasti hahmotettavissa esimerkiksi asioiden välisiä suhteita, samankaltaisuuksia ja eroja, eli merkityksiä. Tämä edellyttää epäolennaisen karsimista eli sisällöllistä pelkistämistä. Tällöin mukaan otettavan tiedon painoarvo kasvaa ja se on helpommin hahmotettavissa. Pelkistykseen merkitys hahmottuu karttoja ajattelemalla. Kartta, josta löytyvät vain harkitut elementit verrattuna ilmakeeseen samasta alueesta välittää halutun tiedon vastaanottajalle käytettävässä muodossa. (Cairo 2013, 78–79; Koponen ym. 2016, 25–28.)

Visualisoinnit voivat olla hyvinkin rikkaita tai koristeellisia, kyse ei ole visuaalisesta minimalismista. Merkitystä on sillä, että olennaiseksi valittu tieto on esitetty ymmärrystä vahvistavasti, eikä koristeellisuus vie huomiota väärään suuntaan. (Koponen ym. 2016, 29.) Koristeelliset, eli dekoratiiviset elementit ovat tiedon visualisoinnissa aina toissijaisia tiedolle, sen kontekstille ja tarinalle, jolla valittuja piirteitä kuvataan. (Cairo 2013, 81–82.) Ilman informaatioarvoa olevia visuaalisia elementtejä kutsutaan usein höyστεgrafiikaksi.

Visualisoitu tieto käyttäytyy osin kuten mikä tahansa kuva. Sen avulla voidaan saada huomioarvoa ja herättää vastaanottajassa tunteita. Tyyliillä, väreillä, muodoilla ja kaikilla

visuaalisilla valinnoilla on konnotatiivisia piirteitä, joita vastaanottaja tulkitsee oman kokemustautansa perusteella. Asiayhteydestä ja vastaanottajasta riippuen sopiva kokonaisuus voi yhtä hyvin olla yksinkertainen graafisista muodoista ja tekstistä koostuva kuva tai kuvalisesti rikas, toisiin ympäristöihin viittaava kerroksellinen kokonaisuus. Estetiikka ja viestinnän tavoite kietoutuvat toisiinsa, huomion kiinnittämisestä tiedon tulkintaan sekä asian vastaanottajassa herättämiin tunteisiin ja sen myötä muistettavuuteen. (Cairo 2013, 87, 92.) Koponen ym. (2016) muistuttavat, että vastaanottajan muistikuvaa voi jopa manipuloida kuvien avulla. Kuva muistetaan, harhaanjohtavakin. Tietomuotoilijalla on suuri eettinen vastuu esittää tietoa niin, että sitä luetaan ja tulkitaan faktojen mukaisesti. (Koponen ym. 2016, 325.) Alalla ajatellaan, että tiedon visualisointi on verrattavissa journalismiin ja sitä määrittää journalistin ohjeet. (Koponen ym. 2016, 333.)

Tarinat ovat ihmiselle luontainen tapa käsitellä tietoa. Sitä voidaan hyödyntää niin julkaisun kokonaisuudessa kuin yksittäisessä tiedon visualisoinnissa. Tarinat tukevat tiedon ymmärtämistä ja muistettavuutta. Merkittävä tekijä on empatian ja tunteiden herääminen tarinoiden myötä. Tarinallisuus sopii erityisen hyvin sellaisen tiedon esittämiseen, jossa keskiössä ovat syy-yhteydet. (Weinschenk 2020, 82–86, 170.)

3.6 Kuvat tietomuotoilun tukena

Julkaisuissa käytetään lähes aina kuvamateriaalia. Viitaan tällä muihin kuviin kuin edellä käsiteltyihin tiedon visualisointeihin. Julkaisun kuvitus ei itsessään ole tietomuotoilua, mutta kuvilla tuetaan tiedon välittymistä. Siksi otan mukaan tiedon välittämiseen liittyvät perusperiaatteet kuvatyypeistä ja kuvatulkinnaasta.

Kuvat voidaan karkeasti jakaa kolmeen lajityyppiin, ikoni, indeksi ja symboli, riippumatta siitä, millä tavoin tuotettuja ne ovat. Ikoniset kuvat esittävät yksi yhteen kohdettaan: puhutaan autosta, kuvassa on auto. Kuvan vastaanottamiseen ei tarvita tulkintaa, se tapahtuu intuitiivisesti. Indeksikuivissa esitetyllä asialla on suora yhteys asiaan, mutta vastaanottaminen vaatii tulkintaa: kuvassa on mustareunainen valkoinen lippalakki ja siniristilippu. Ymmärrämme, että kuvalla viitataan suomalaisiin ylioppilasjuhliin. Symbolisiin kuviin liittyy vahva sopimuksenvaraisuus. Niiden tulkinta vaatii päättelyä ja vastaanottajan aiempi kokemusmaailma ja kulttuuriset piirteet vaikuttavat tulkintaan. Kieli ja sanat ovat täysin symbolisia, sopimukseen pohjautuvia. Abstraktien symbolisten kuvien osalta tulkintaan tarvitaan tietoa, esimerkiksi tiedon visualisoinnin lukemiseen muotojen merkitysten opettelua, ennen kuin visualisoitu tieto merkityksineen avautuu vastaanottajalle. Tiedon visualisoinnissa käytettävistä kuvista havainnekuvat ovat selkeästi ikonisia, tilastografiikka abstraktia, symbolista. Kartat ovat näiden kahden välimaastossa. (Koponen ym. 2016, 38–40.)

Kuvien tulkitsemista on tutkittu paljon ja siitä on esitetty useita teorioita, vaiheita ja tapoja (ks. esim. Muotio 2022.) Ikoniset kuvat ovat nopeimpia havaita ja tulkita oikein. Symboliset kuvat kantavat mukanaan merkityksiä, ne antavat mahdollisuuden vastaanottajan oivaltamiselle, mutta niiden tulkintaa ei voi täysin ennakoida. Kuvan tulkinnassa ovat läsnä kolme tasoa: mitä kuvassa on, miksi näin on ja mihin kuva tuntuu viittaavan, mitä merkityksiä voidaan kuvassa olevien asioiden perusteella tehdä. (Oksanen, 2022.)

Ihmiselle ominaista on tarinan rakentaminen. Aivomme täyttää asioita, vaikka niitä ei esitetä. Tätä hyödynnetään muun muassa sarjakuvassa sekä muissa kuvasarjoissa. Olennaista on vastaanottajan mielessä muodostuva tarinan kaari eli tulkintaan pohjautuva tarinan täydentäminen siitä, mitä kuvien välissä tapahtuu. (Scott McCloud Koponen ym. 2016, 39, mukaan.) Tätä voi hyödyntää julkaisun kuvituksessa.

Kuvituksen linjalla tuetaan taustaorganisaatiosta ja sen arvomaailmasta syntyvää mielikuvaa, brändiä. Kuvien laatu, sisältö ja linja liittyvät mielikuvan syntymiseen. Käsitukseen graafisen tuotteen ja sen taustayhteisön laadusta on yhteydessä vastaanottajan arvio graafisen tuotteen muotoilun ja käytettävyyden tasapainosta. Jos toinen on toista vahvempi, se vaikuttaa laatuikäsitukseen negatiivisesti. (Balliet 2020, 38–39.) Viestinnän yksi tavoitteista on haluttujen mielikuvien synnyttäminen. Tietomuotoilun päätavoite on aina tiedonvälitys.

3.7 Esteettisten valintojen yhteys tietomuotoiluun

Esteettisillä piirteillä on aina rooli, kun puhutaan viestinnän visuaalisuudesta. Ne ovat suuri osa lajityypin määrittymistä ja sen tunnistamista. Esteettisyys vaikuttaa siihen, minkä äärelle halutaan mennä, mitkä asiat ylipäättään huomataan ja koetaan itselle kohdennetuiksi. (Koponen ym. 2016, 75.) Esteettisesti miellyttävänä pidetty vetää puoleensa ja auttaa muistamaan sisällön (Cairo 2013, 68–70; Koponen ym. 2016, 77).

Koristeellisuuden lisääminen esteettisin perustein sisältää vaaran, että huomio siirtyy epäolennaiseen ja johdattaa virhetulkintoihin. Tutkimuksissa on kuitenkin havaittu, että vastaanottajat tulkitsevat koristeellisia visualisointeja hyvin, pitävät niitä miellyttävämpinä ja muistavat niiden sisällön minimalistisia paremmin. (Koponen ym. 2016, 79.)

Ensivaikutelma muodostetaan muotoilun perusteella. On esimerkiksi liki mahdotonta olla arvioimatta julkaisua sen kannen ulkoasun perusteella. (Balliet 2020, 35–36.) Kannen ja visuaalisen yleisilmeen pohjalta julkaisu identifioidaan tiettyyn genreen kuuluvaksi. Samoin ulkoasu määrittää niin sanotusti ajan hengen mukaisuutta. Yksi ulkoasu tuntuu genressään vanhahtavalta, toinen tuoreelta. Rajat ovat häilyvät ja yhteydessä vastaanottajan tekemiin

tulkintoihin. Julkaisun kannen ja visuaalisen yleisilmeen osalta visuaalisen identiteetin rakentamisen piirteet ovat sovellettavissa muotoiluun. (Ks. esim. Pohjola 2019.)

Esteettisillä ja tyyllisillä valinnoilla on suuri merkitys viestin kohdentamisessa. Minkälaisen visuaalisen tyylin kohderyhmä tunnistaa heille tarkoitetuksi? Minkälainen tyyli tuntuu kohderyhmän edustajista tuoreelta ja kiinnostavalta? Esteettiset ja tyylikysymykset seuraavat trendejä. Muoti-ilmiöt kulkevat visuaalisessa viestinnässä, kuten muodissakin. Aikansa eläneen näköinen tai tyyliiltään ei-osuva hankejulkaisu voidaan ohittaa, koska sitä ei pidetä ajankohtaisena tai itselle kohdennettuna. Sisältö on tietomuotoilun lähtökohta, mutta esteettisyyttä ja tyyllisiä piirteitä ei voi jättää huomiotta.

3.8 Tietomuotoilu tukee tietoergonomiaa ja saavutettavuutta

Tietomuotoilulla tuetaan tiedon käytettävyyttä ja käyttämisen sujuvuutta, tietoergonomiaa. Kognitiivinen kuormittuminen on yksi tämän päivän työhyvinvoinnin vaarantajia. Sen yhtenä tekijänä on tiedon määrään ja käsittelyyn liittyvä kuorma. Tietointensiivisessä työssä tietotulva ja aikapaine aiheuttavat jatkuvaa kuormitusta aivoille. Tietoergonomialla pyritään ehkäisemään liiallista kuormitusta. (Työturvallisuuskeskus.) Tietoergonomian ja tietomuotoilun tavoitteet ovat perusajatukseltaan yhtenevät. Hyvin muotoiltu tieto vähentää vastaanottajan kuormitusta. Se huomioi ihmiselle sisäsyntyisen tavan havainnoida ja ottaa tietoa vastaan sekä tukee tiedon nopeaa hahmottamista ja tiedon jäsentymistä. Sekä tietoergonomia että tietomuotoilu pyrkivät tiedon käytettävyyden tehostamiseen.

Aivot käsittelevät visuaalisia kokonaisuuksia holistisesti ja monikertaisella nopeudella lineaariseen tekstin käsittelyyn tai puhutun seuraamiseen verrattuna. Sanapohjaisen tiedon prosessoinnissa on useampi vaihe kuin visuaalisessa muodossa esitetyn – olettaen, että visuaalinen muoto on toteutettu tarkoituksenmukaisesti. (Balliet 2020, 28–33, 48; Koponen & Hildén 2019,13; Pettersson 2017, 425–426.)

Tietomuotoilu edistää paitsi tietoergonomiaa myös saavutettavuutta tukemalla tiedon ymmärrettävyyttä ja vastaanottamisen sujuvuutta. Saavutettavuudella tarkoitetaan erityisesti digitaalisen aineiston esteettömyyttä. Siitä on säädetty lailla, joka koskee verkko- ja mobiilivälitteisesti välitettävää tietoa. (Aluehallintovirasto.) Saavutettavuusvaatimukset koskettavat hankejulkaisuja, sillä ne julkaistaan pääosin aina verkossa.

Saavutettavuusdirektiivi on EU:n säätämä laki, joka astui voimaan 2019. Sen piirissä ovat julkisorganisaatiot, kuten korkeakoulut. Direktiivi laajenee kesäkuussa 2025 koskemaan myös eräitä muita kuluttajille kohdennettuja palveluita, kuten sähkökirjoja ja viestintäpalveluita. Saavutettavuusdirektiivi vaatii digitaaliselta aineistolta teknistä saavutettavuutta,

saavutettavuusselostetta sekä mahdollisuutta antaa palautetta saavutettavuuteen liittyen. Teknisellä saavutettavuudella viitataan ominaisuuksiin, jotka varmistavat sen, että ruudunlukijat pystyvät käsittelemään tietoa. (Aluehallintovirasto.)

Saavutettavuudella taataan, että kaikki ihmiset pääsevät tiedon äärelle rajoitteista huolimatta. Sisällöllinen saavutettavuus, kuten ymmärrettävä kieli, kokonaisuuden hahmottamisen vaivattomuus sekä helppokäyttöisyys ovat olennainen osa saavutettavuutta. (Aluehallintovirasto). Saavutettavan pdf-tiedoston on oltava lukukoneille optimoitu. Se tarkoittaa muun muassa tekstirakenteen selkeyttä, joka on koodattu tekstityylejä käyttämällä, sekä kuvien ja visualisointien kuvaamista tekstivastinein. (Celia.) Saavutettavan taiton tekeminen on osa graafisen suunnittelijan ammattiosaamista ja saavutettavuuden tarkistaminen osa korkeakoulujen julkaisuprosesseja.

3.9 Tietomuotoilun sisällön ja muodon toteuttajien yhteistyö

Tietomuotoilun prosessi ja siihen liittyvä yhteistyö on riippuvainen siitä, ketä prosessiin osallistuu. Sisällöntuottaja ja tietomuotoilun toteuttaja voivat olla yksi ja sama henkilö, vaikka onkin harvinaista, että yhdellä henkilöllä olisi osaaminen molempiin. Muotoilun toteuttaja on useimmiten erillinen visuaalisen alan ammattilainen. Yhteistyöhön vaikuttaa myös se, onko muotoilun toteuttaja organisaatiossa toimiva henkilö vai ulkopuolelta ostettava palvelu. (Koponen ym. 2016, 303–305.)

Grafia ry toteutti Huippusuunnittelua onnistuneella ostamisella -hankkeen vuonna 2012. Sen tavoitteena oli lähentää graafisen sisällön tilaajien ja tekijöiden välistä ymmärrystä. Hankkeen pohjalta keskeisiksi haasteiksi yhteistyössä nousi ymmärrys suunnittelutyön prosessiluonteesta sekä tilaamisosaaminen, eli ymmärrys muotoilun mahdollisuuksista. (Jokinen 2012.)

Tyypillinen haaste on, että visuaalisen viestinnän työtä tilataan tuotenäkökulmasta, kuten julkaisun taitto tai verkkosivun ulkoasu. Työ on kuitenkin luonteeltaan prosessi, jonka ytimenä on viestinnällisten haasteiden ratkaiseminen. Prosessin tuloksena syntyy tuote. (Jokinen 2012, 6.) Prosessin onnistumisen edellytyksenä on hyvä yhteistyö tilaajan ja toteuttajan välillä. Kaksi useimmiten hyvin erilaista maailmaa kohtaavat, kun sisällön tuottanut tilaaja ja visuaalisen muodon toteuttava asiantuntija työskentelevät yhdessä. Siksi prosessin aloitukseen, yhteisen ymmärryksen varmistamiseen satsaaminen on tärkeää. (Jokinen 2012, 18.) Graafisen muotoilun tutkimuksen professori Marja Seliger painottaa myös, että hyvät ideat ovat prosessin tuloksia. Prosessin kulku ja kesto vaihtelevat, mutta taustalla on aina ajatus- ja suunnitteluprosessi. Viestinnän muotoilu on tilaajan tarpeisiin räätälöity luova ratkaisu. (Jokinen 2012, 20.)

Merkityksellinen vaihe on visuaalisen suunnittelijan ohjeistaminen ja perehdyttäminen työn taustoihin ja tavoitteisiin. Tämä alkaa tarjoustusta pyydettyä ja täsmentyy työtä aloitettaessa. (Jokinen 2012, 21–25.) Työn tilaajan on tiedettävä, mitä hän tilaa. Toteutuksen reunaehdot ovat konkreettisia ja suhteellisen helposti määriteltävissä. Muotoiluun liittyvät toiveet ja näkemykset sen sijaan vaativat ymmärrystä viestinnän visuaalisuuden mahdollisuuksista, kuten ymmärrettävyyden ja käytettävyyden tukemisesta. Sellaisten ratkaisujen suuntaan lähteminen, jotka eivät toista vanhaa, vaativat tilaajalta myös uskallusta ja näkemystä. (Jokinen 2012, 30–32.) Perinteisessä suunnitteluprosessissa suunnittelija tekee perehtymis- ja ideointityötä erillään tilaajasta. Hän esittelee itsenäisen työnsä perusteella tekemiä idealuonnoksia tilaajalle, joista valitaan työn alle otettava suunta. Yhteistyö ja yhteiskehittäminen ovat nykyisin yhä useammin osa erityisesti suunnitteluprosessin aloitusta.

Tietomuotoilun prosessissa ja lähestymistavassa on paljon yhteistä muotoiluajattelun kanssa. Tietomuotoilu on muotoiluajattelun alalaji. Asiaan liittyvien eri toimijoiden näkökulmien ymmärtäminen, erityisesti vastaanottajan eli tiedon käyttäjän, on tietomuotoilun lähtökohta. Tämä tapahtuu parhaiten ihmisslähtöisellä otteella läpi prosessin, yhteissuunnittelulla ja prototypoinnilla. Riittävän ymmärryksen luominen sekä kokeilut ja käyttäjäpalaute varhaisessa vaiheessa auttavat suuntaamaan lopputulosta sekä käyttäjille haluttavaksi, teknisesti toteuttamiskelpoiseksi että taustaorganisaation tavoitteet huomioivaksi. (Boag 2017, 619–624.)

4 Hanketyön juurruttaminen

4.1 Juurruttaminen ja sen suunnitelmallisuus

Juurruttaminen käsitteenä viittaa pysyvän muutoksen aikaansaamiseen. Hanketyön yhteydessä sillä tarkoitetaan hankkeessa kehitetyn uuden asian, kuten tuote, malli tai käytänne, päätymistä osaksi kohderyhmän pysyviä toimintoja. (Halonen 2021, 6.) Juurtuakseen juurrutettavan asian on vastattava sellaiseen haasteeseen, jolla koetaan olevan todellista merkitystä. Aidosti hyvä käytänne halutaan ottaa käyttöön niin omassa organisaatiossa kuin sen ulkopuolella. (Halonen 2021, 14–15.)

Juurruttamissuunnitelma on olennainen osa hankkeen lyhyen ja pitkän aikavälin vaikuttavuuden varmistamista. Juurruttamissuunnitelman laatiminen on suunnitteluvaiheen työtä, osa hankesuunnitelman tekemistä. Hankesuunnitelma määrittää muun muassa hankeorganisaation kokoonpanoa, roolitusta ja resurssointia. Samoin se ohjaa hankkeen viestintää, kohderyhmiä, yhteistyötahojen roolia ja toteutettavia toimia. (Halonen 2021, 8–11; Koskinen ym. 2018, 45–50.)

Etukäteen pohditut vastaukset siihen, mitä hankkeella halutaan saada aikaan ja miten uudet kehitetyt asiat jäävät elämään hankkeen päättymisen jälkeen, tukevat juurruttamista. Juurruttamissuunnitelmassa tätä pohditaan niin hankkeen taustaorganisaation kuin sidos- ja kohderyhmien näkökulmasta. Suunnitteluvaiheessa on tarpeen selkeyttää muun muassa sitä, miten hankkeen taustaorganisaatiot tukevat kehittämistyötä hankkeen aikana ja mikä rooli niillä on hankkeen päätyttyä. Tavoitteena on varmistaa tulosten kiinnittyminen organisaatioiden pysyviin rakenteisiin. (Halonen 2021, 8–11; Koskinen ym. 2018, 51–53.)

Toteuttamiskelpoinen juurruttamissuunnitelma, josta hanketoimijat ovat tietoisia ja jota he omalta osaltaan alkavat toteuttaa, voi myös motivoida ja inspiroida hanketoimijoita. Kun suuntaviivat työn tulosten pysyville vaikutuksille on tehty näkyväksi, selkeytyy käsillä olevan hanketyön merkitys. (Halonen 2021, 59.)

4.2 Ihmiset edistävät juurtumista

Juurtumista edistävät ihmiset. Sopiva kokoonpano erilaisia ja aidosti aiheesta kiinnostuneita henkilöitä, joilla on mahdollisuus vaikuttaa omissa verkostoissaan, muodostavat juurruttamistyölle pohjan. Juurruttamissuunnitelmaa tehdessä onkin olennaista tunnistaa ihmiset, jotka voivat viedä asiaa eteenpäin. (Halonen 2021, 36–37.)

Hanketoimijoiden taustaorganisaatiot ovat ensimmäinen ja todennäköisin toimintaympäristö hankkeen tulosten kokeilulle, käyttöön ottamiselle ja juurtumiselle (Koskinen ym. 2018,

51–53, 137; Halonen 2021, 36–37). Samankaltainen merkitys on hankkeen ohjausryhmän jäseniä valitessa. Juurruttamisen näkökulmasta valvovan roolin ohella on tärkeää, että ohjausryhmän jäsenet vievät tietoa omiin verkostoihinsa. Ohjausryhmän jäsenten asema suhteessa taustaorganisaatioonsa ja ammattikenttään sekä sisällölliset kytkökset hankkeen teemoihin on syytä ottaa huomioon. (Halonen 2021, 38–39.)

Juurtumisen kannalta hankeorganisaation tasapaino määräaikaisten ja vakituisten työntekijöiden välillä voi olla merkittävää. Taustaorganisaatioiden vakituiset työntekijät ovat avainasemassa hankkeiden tulosten juurruttamisessa heidän omaan työhönsä ja taustaorganisaatioonsa. Määräaikaisesti palkatuilla on tyypillisesti rooli uusien näkökulmien tuojina ja yhteyshenkilöinä uusiin verkostoihin. (Halonen 2021, 9, 37.)

Uusien käytänteiden juurtumisessa on kyse muutosprosessista. Muutokseen ei lähdetä kevein perustein. Yhteissuunnittelulla voidaan pohjustaa sitä, että asiantuntijat löytävät keinoja hyötyä hankkeen kehittämistyöstä ja tukevat sen juurtumista omiin toimintaympäristöihinsä. Mahdollisuus kokeiluihin ja toimivuuden testaukseen omassa toimintaympäristössä niin oman työn, tiimin kuin organisaation tasolla on tarpeen. (Halonen 2021, 40; Agarval & Selen 2015, 240–242.)

Juurtunut käytänne vaikuttaa organisaatiossa eri tasoilla: yksilötasolla arjen työtapoina ja menetelminä, tiimitasolla työotteena ja -prosessina ja organisaatiotasolla osana strategiaa. Yksilötasolta lähtevät muutokset ovat vaikuttavuudeltaan suuria, mutta pysyvä juurtuminen vaatii johtotason päätöksiä. Myös johdon suhtautuminen on painokas viesti hankkeen tulosten arvostuksesta. (Halonen 2021, 37–38.)

4.3 Viestintä ja juurruttamisprosessi

Viestintä luo pohjan juurruttamistyölle. Strateginen ja tavoitteellinen hankeviestintä on avain sille, että hanketyö löytää toimijat, joita asia koskettaa sekä toimintaympäristöt, joihin hankkeessa kehitetyt käytänteet voivat juurtua. (Hermiö ym. 2021, 9.) Viestinnän strateginen suunnittelu luo pohjan hanketyön arjen viestintätoimille. Viestinnän suunnittelun on oltava osa hankevalmistelua, jotta tavoitteellisesta viestinnästä tulee osa hankkeen toteuttamista ja siihen on varattu riittävät resurssit. (Wegmüller & Sipilä 2021, 25–27, Koskinen ym. 2018, 47–48.) Strategiseen viestintään hankkeessa pätevät samat lainalaisuudet kuin organisaatioviestintään yleisesti. (Ks. esim. ProCom.)

Yhteissuunnittelu, dialogisuus ja kohtaaminen nousevat esiin vaikuttavan juurruttamisviestinnän luonnehdinnoissa. Halonen (2021) kutsuu tätä kutsuvaksi viestinnäksi. Sidos- ja

kohderyhmien ja hanketoimijoiden sitouttaminen hankkeeseen yhteistyön ja yhteissuunnittelun myötä toimivat juurruttavana viestintänä perinteistä viestintää paremmin. Ihmisten väliset aidot kohtaamiset ja niissä yhdessä tutustuminen hankkeen tuloksiin, rakentavat pohjaa sille, että hankkeen tulokset jäävät elämään hankkeen päätyttyä. Myös viestinnän muotoilu yhdessä sidosryhmien edustajien kanssa tukee vaikuttavuutta. (Halonen 2021, 44–45; Koskinen ym. 2018, 138.) Tieteellisen tiedon vaikuttavuutta pohtivat Laaksonen ym. (2020) ja Laajalahti ym. (2023) toteavat samoin: laadukas vuorovaikutus tiedon tuottajien ja käyttäjien välillä läpi tiedon tuottamisen prosessin on keskeinen tapa vahvistaa tiedon hyödyntämistä (Laaksonen ym. 2020, 21; Laajalahti ym. 2023, 91).

Viestinnän merkitys on suuri kaikissa hankkeen elinkaaren vaiheissa, läpi juurruttamisprosessin. Halonen (2021) on koostanut juurruttamisprosessista 4V-mallin (kuvio 4). Se havainnollistaa hankkeen juurruttamistyöhön liittyvää neljää vaihetta: viestintä, variointi, vakiinnuttaminen ja valtavirtaistaminen. (Halonen 2021, 7.)



Kuvio 4: Juurruttamisen 4V-malli (Halonen 2021, 7).

Viestintä alkaa hankesuunnittelusta ja jatkuu läpi juurruttamisen vaiheiden. Sen kärjessä ovat kunkin vaiheen keskeiset tavoitteet, juurruttamista edistävät tekijät huomioiden. Tarkoituksenmukaisinta ovat sitouttavat ja vaikutustavoitteiset tilaisuudet ja kokemuksellisuus. Varioinnissa hankkeessa kehitettyä kokeillaan ja muokataan uusissa toimintaympäristöissä käytettäviksi. Vakiinnuttamisen vaiheessa etsitään organisaatioita, jotka ottavat hankkeen tuloksia itselleen varioituna osaksi oman toimintaympäristönsä arkea. Tyypillisesti vakiinnuttaminen alkaa hanketoimijoiden omissa taustaorganisaatioissa. Valtavirtaistamisen päämääränä on upottaa hankkeen tuloksia myös organisaatioiden strategisempaan kehittämistyöhön. (Halonen 2021, 6–7.)

4.4 Hankkeiden tulosten juurtuminen oppilaitosympäristössä

Osana Arjen arkki -hanketta tehtyä tutkimusta on arvioitu hankkeiden tulosten juurtumista osaksi oppilaitosympäristöä. Tietoa on kerätty 27 ammatillisiin oppilaitoksiin kohdennetusta hankkeesta. (Turpeinen ym. 2014a, 6–7.) Zoomi-koordinaatiohankkeessa on tehty selvitys Sujuvat siirtymät -hankeverkostossa kehitettyjen käytänteiden juurtumisesta ammatillisiin oppilaitoksiin (Ruokolainen 2022, 5). Arviointitutkimuksen ja selvityksen tulokset ovat yhdenmukaiset yleisten hanketyön juurruttamisen suuntaviivojen kanssa. Esimerkiksi hankkeen suunnittelu- ja aloitusvaihe nostetaan esille erityisen merkittävänä juurruttamisprosessille, jonka jälkeen läpi hanketyön tapahtuva suunnitelmallinen ja pitkäjänteinen viestintä ja juurruttamistyö tukee juurtumista. Juurtuakseen uusi käytäntö ratkaisee olemassa olevan haasteen, se on kehitetty kohderyhmälähtöisesti yhteistyössä sidos- ja kohderyhmien kanssa. (Turpeinen ym. 2014a, 41–47; Ruokolainen 2022, 33–34.)

Oppilaitosympäristöön liittyen arviointitutkimuksessa ja selvityksessä tarkentuu joitakin asioita. Edellytyksenä sille, että ammatillinen oppilaitos organisaationa ottaa uuden tuotteen tai käytänteen osaksi toimintojaan on sen istuminen osaksi oppilaitoksen strategiaa, perustehtävää ja kehittämistarpeita. Oppilaitoksen käytäntöjen tulee tukea hanke- ja juurruttamistyötä ja oppilaitoksen johdolla on aktiivinen rooli hankkeen ohjausryhmässä (Turpeinen ym. 2014a, 42–46; Turpeinen ym. 2014b, 5–7; Ruokolainen 2022, 27–29). Haasteeksi nostetaan erityisesti selvityksessä se, että juurruttamistyön tuloksia ei juurikaan seurata ja niistä viestiminen hankkeen päättymisen jälkeen on niukkaa. Toinen olennainen haaste on, että hankkeen jälkeiseen vaiheeseen ei ole varattu resursseja. Samoin hankkeiden välisen jatkumon varmistamisen puuttuminen nousee selvityksessä haasteena esille. (Ruokolainen 2022, 30–31, 33–34.)

Opettajien näkökulmasta arviointitutkimuksessa todetaan juurtumista edistävän, mikäli juurrutettavaa asiaa kehitetään omassa oppilaitosympäristössä, se liittyy suoraan opetussisältöihin ja opetushenkilökunta on osallistunut kehittämistyöhön siihen kohdennetulla työaikaresurssilla. Samoin esiin on nostettu sen merkitys, että oppilaitos järjestää henkilökunnalle juurrutettavaan käytänteeseen liittyviä koulutuksia ja esittelyfoorumeita, joihin osallistumista tuetaan. Myös yhteistä tahtotilaa painotetaan. (Turpeinen ym. 2014a, 39–46; Ruokolainen 2022, 27–29.) Erityisenä nostona mainitaan panostus hankkeisiin osallistuvien henkilöiden osaamisen kehittämiseen ja jaksamiseen (Turpeinen ym. 2014a, 56; Turpeinen ym. 2014b, 4, 6; Ruokolainen 2022, 28).

5 Kehittämistyön lähestymistapa ja aineiston keruu

5.1 Lähestymistapana muotoiluajattelu

Muotoiluajattelussa on kyse ihmislähtöisestä, innovatiivisesta ja luovasta tavasta löytää ja kehittää uusia ratkaisuja toimintaympäristö ja kestävä kehitys huomioiden. Sitä hyödynnetään tulevaisuusajattelussa ja erilaisten toimintamallien kehittämisessä ja ongelmien ratkaisussa. (Esim. Ojasalo ym. 2015, 200; Stanford ym. 2017, 3.)

Jatkuvassa muutoksessa oleminen on pysyvä osa yhteiskunnan ja työyhteisöjen arkea. Se, miten on ennen tehty ja totuttu tekemään, ei tarjoa ratkaisuja tämän päivän ja huomisen ongelmiin. Nykyajan monipolvisia haasteita nimitetään viheliäisiksi ongelmiksi (engl. wicked problem), joiden käsittelemisessä ja ratkaisemisessa muotoiluajattelu on otettu tueksi laajasti eli toimintasektoreilla. Viheliäisen ongelman tunnusmerkkejä ovat tietynlainen sotkuisuus, erilaisten arvojen, näkökulmien ja toimintatapojen kohtaaminen. Ne ovat myös luonteeltaan uniikkeja. Kehittämistyön tulokset ja ratkaisumallit eivät ole suoraan siirrettävissä toiseen yhteyteen. (Sitra 2021.) Käsillä olevaan haasteeseen hankejulkaisujen hyödyntämisen lisäämisestä kietoutuu monia asioita, toimijoita ja toimintakulttuureita. Se on kompleksinen ja moniulotteinen, eikä siihen ole yhtä selkeää ratkaisupolkua. Kyseessä on niin sanottu viheliäinen ongelma.

Kuten Brown (IDEO) sanoo, oikean ongelman tunnistaminen vaatii usein systeemistä tarkastelua. Jokainen ongelma liittyy osaksi suurempaa kokonaisuutta ja ratkaisu edellyttää todennäköisesti koko systeemin huomioimista. Muotoiluajattelussa otetaan ikään kuin askel taaksepäin ja katsotaan haastetta kriittisesti uudelleen. (IDEO.) Mootee (2013) määrittelee muotoiluajattelun ääripäiden tasapainoa etsivänä ajattelu- ja lähestymistapana. Se tarjoaa viheliäisten ongelmien tarkasteluun luovuuden ja bisnesajattelun, järjestelmällisyyden ja kaaoksen, intuition ja loogisen ajattelun sekä leikkisyyden ja muodollisuuden välillä tasapainoa hakevan, joustavan lähestymistavan. (Mootee 2013.)

Tämän kehittämistyön tavoitteena on kirkastaa kompleksista haastetta ja etsiä ratkaisumahdollisuuksia hankejulkaisujen hyödyntämisen lisäämiseen. Muotoiluajattelun olennaiset piirteet tukevat tämän kehittämistyön tavoitetta ja työprosessia. Niitä ovat ihmislähtöisyys, analyyttisen ja luovan ajattelun yhdistäminen, tulevaisuusorientaatio, yhteiskehittäminen, kokeilukulttuuri sekä läpi prosessin tapahtuva iteraatio.

Ihmislähtöisyys tarkoittaa asiakas- ja käyttäjälähtöisyyttä laajemmin kehittämishaasteeseen liittyvien ihmisten näkökulmien huomioimista. Käyttäjien ja muiden toimijaryhmien arkea

pyritään ymmärtämään ja siten hahmottamaan merkityksiä, motiiveja, toiveita ja tunteita, joita haasteeseen liittyy. Ei kuvitella ja oleteta, mitä joku tarvitsee, vaan toimitaan yhdessä niiden ihmisten kanssa, joita asia koskee. (Ojasalo ym. 2015; Stanford ym. 2017.) Ihmislähtöisyys, käyttäjien ja toimijoiden osallisuus läpi prosessin ovat muotoiluajattelulle ominaista jopa siinä määrin, että on sanottu, että vaikka kehitystyö keskittyisi vain ihmisten ymmärtämiseen, tulisi puolet työstä jo tehdyksi (Stanford ym. 2017). Muotoiluajattelua voi ihmislähtöisyytensä vuoksi kutsua myös empaattiseksi muotoiluksi (Miettinen 2011, 27).

Analyttisen ja luovan ajattelun yhdistäminen tarkoittaa toisaalta järjestelmällisiä työskentelymenetelmiä ja toisaalta intuitiiviseen ja luovan ajattelun sallimista. Muotoiluajattelijat havainnoi toimintaympäristöjä, ihmisten arkea sekä kehittämistyön prosesseja. Yksityiskohdattaiset havainnot ja prosessin jatkuva iteraatio saavat vahvasti vaikuttaa työhön ja tarvittaessa muuttaa sen suuntaa, johdattaa eri vaiheiden uudelleen tekemiseen tai täydentämiseen. (Stanford ym. 2017.)

Kokeilukulttuuri osana kehittämistyötä viittaa siihen, että syntyviä ideoita tuodaan testattavaksi käyttäjille tai muiden toimijaryhmien edustajille ketterin menetelmin. Erilaiset visualisoinnit ja prototypoinnit toimivat tässä usein välineinä. Visuaalinen materiaali tukee keskustelua, ymmärryksen syntymistä ja ideoiden arvioimista olipa kyseessä konkreettinen tuote tai toimintamalli. (Tuulaniemi 2011, 115.) Toimimattomat ideat pyritään näin karsimaan jo varhaisessa vaiheessa. Panokset suunnataan potentiaalsiin ideoihin, niiden arviointiin ja yhteiskehittämiseen. Lopputulokseksi tavoitellaan yhdessä toimivaksi osoitettua konseptia.

Yhteissuunnittelu linkittyy ihmislähtöisyyteen. Sillä voidaan viitata käytännössä kaikkeen eri osapuolten yhdessä kehittämiseen, josta on hyötyä osallisille. Yhteissuunnittelua voidaan hyödyntää missä tahansa prosessin vaiheessa. Yhteissuunnittelussa toimijat ovat keskiössä, oman kokemuksensa ja tutkittavan asian asiantuntijoina. Heillä on tietoa, jota muilla ei ole. He toimivat aktiivisina ideoijina, kehittäjinä ja arvioijina. Muotoiluajattelijan rooli on tarjota tarkoituksenmukaisia menetelmiä, vahvistaa ja tukea osallistuvien luovuutta, kannustaa, visualisoida sekä koota ja jalostaa syntynyttä tietoa eteenpäin. Yhteissuunnittelu ei tarkoita sitä, että kaikki osallistuisivat lopulliseen päätöksentekoon, vaan sen avulla huomioidaan eri näkökulmat. (Stanford ym. 2017; Tuulaniemi 2011, 116–125.)

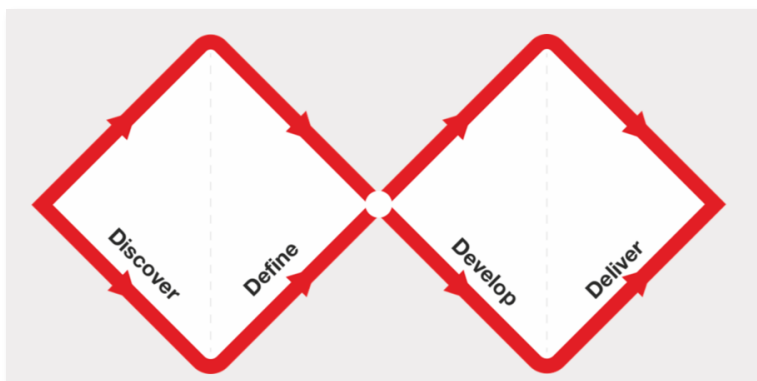
Tulevaisuusorientaatio on kiinteä osa muotoiluajattelua. Suunnittelua tehdään ja ratkaisuja haetaan tulevaisuutta silmällä pitäen, kestäviä ratkaisuvaihtoehtoja etsien. Muotoiluajattelu, tulevaisuusajattelu ja systeemiajattelu ovat toisiaan tukevia ja toisiltaan lainaavia lähestymistapoja. (Ojasalo ym. 2015.)

Iteraatio viittaa kehittä, kokeile, arvioi -prosessiin ja sen toistumiseen läpi työskentelyn. Sen myötä niin toimintatavat kuin ratkaisut jalostuvat meneillään olevan kehittämistyön toimintaympäristöön ja siihen liittyville ihmisille sopiviksi. Käyttäjät ja toimijat pidetään mukana iteraatiossa. Tämä mahdollistaa sen, että prosessin aikana syntynyttä tietoa voidaan hyödyntää ja hyödynnetään prosessin kehittämiseksi. Missä kohtaa prosessia tahansa voidaan palata aiempiin vaiheisiin, jos se koetaan tarkoituksenmukaiseksi. Iteraatio tukee luovaa työskentelyä ja madaltaa kynnystä eri suunnista kumpuaville ideoille. Samoin se huomioi nykyajan viheliäisten ongelmien äärellä olemisen, joihin aiempien rutiinien pohjalta ei ole löydettävissä ratkaisua. Ajatuksena ei ole saada kerralla valmiiksi ainoa oikea ratkaisu. Oletuskin on, että prosessin aikana kokeillaan ja arvioidaan, ja sen pohjalta edelleen kehitetään – ja taas kokeillaan ja arvioidaan. (Lamminpää 2021, 186–187; Stickdorn ym. 2018.)

5.2 Muotoiluajattelun prosessi

Muotoiluajattelun prosessia kuvataan lukuisilla eri malleilla. Mallista riippumatta prosessiin liittyy se, että kehittämishaastetta lähestytään aidon tarpeen näkökulmasta. Kehittämistyön alussa keskitytään todellisen haasteen löytämiseen, haasteeseen liittyvien toimijoiden sekä toimintakontekstin syvää ymmärrystä tavoitellen. Tämän jälkeen lähdetään etsimään, kehittämään ja testaamaan ratkaisuja, jotka istuvat niin ihmisten kuin toimintaympäristön arkeen sekä taustaorganisaation toimintastrategiaan. (Mootee 2013; Stanford ym. 2017.) Tämän kehittämistyön prosessi asettuu useamman mallin risteyskohtaan.

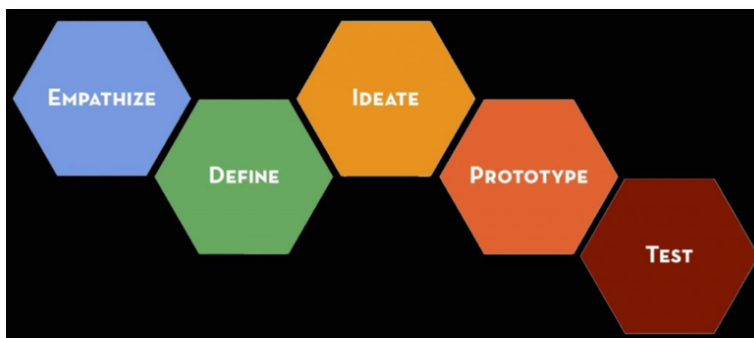
Divergentin ja konvergentin ajattelun vaihtelu on olennainen osa prosessia. Sitä havainnollistaa erityisesti brittiläisen Design Councilin tuplatimanttimalli (kuvio 5). Avautuvissa timanteissa divergenteissa vaiheissa etsitään luovasti vaihtoehtoja ja tuotetaan uusia ideoita. Sulkeutuvissa timanteissa konvergentti ajattelu tuo mukaan loogisia rakenteita ideoiden arviointiin, priorisointiin ja valintaan. (Design Council 2005.)



Kuvio 5: Tuplatimantti, © Design Council 2005.

Tuplatimantissa prosessi on jaettu neljään vaiheeseen. Ensimmäiset kaksi, löydä ja määritä, muodostavat timantin, jonka päätavoite on löytää oikea ongelma ja seuraavat kaksi, kehitä ja tuota, löytää tavan ratkaista ongelma oikein. Löydä-vaiheen tarkoituksena on koota tietoa ihmisistä ja toimintaympäristöstä. Määritä-vaiheessa analysoidaan ja tulkitaan kootua tietoa, jotta voidaan määrittää ratkaistava ongelma. Kehitä-vaiheessa ideoidaan ratkaisuvaihtoehtoja tyypillisesti yhteiskehittämällä. Tuota-vaiheessa ideoita arvioidaan ja rajataan niin, että ne vastaavat sekä organisaation tavoitteita että tuottavat ratkaisun ihmislähtöisesti löydettyyn oikeaan ongelmaan. (Design Council 2005.)

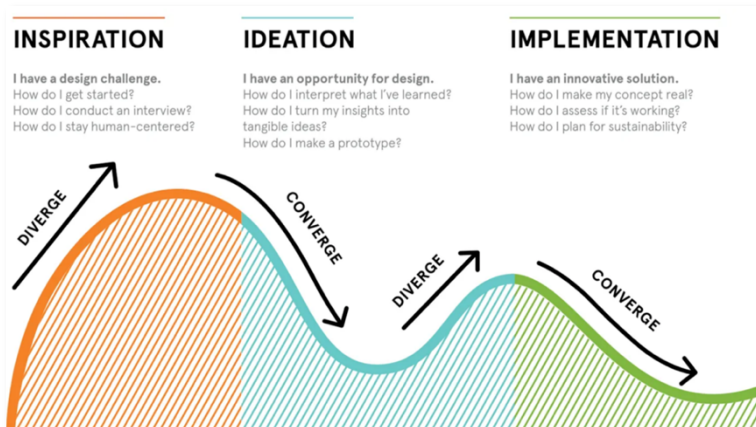
Kehittämistyössä on erotettavissa viisi vaihetta: empatisointi, määrittely, ideointi, prototyypointi ja testaus. Stanfordin yliopiston muotoiluinstituutin Design Thinking Process -malli (kuvio 6) havainnollistaa muotoiluajattelun viittä vaihetta. Empatisoinnin vaiheessa pyritään ihmisten ja kontekstin syvälliseen ymmärtämiseen. Siinä perehdytään ihmisten toimintaan ohjaaviin arvoihin, uskomuksiin, motiiviveihin, tarpeisiin ja tunteisiin. Määrittelyvaiheen yhtymässä on empatisoinnin pohjalta tehtävä tavoitteen määrittely, oikean tarpeen tai ongelman löytäminen. Ideointivaiheessa pyritään tuottamaan mahdollisimman paljon vaihtoehtoja määritellyn haasteen ratkaisemiseksi, myös tyypillisten ratkaisujen ulkopuolelta. Prototyypoinnin eli konseptoinnin vaiheessa kuvataan ratkaisumallin keskeinen idea. Ideointiin ja konseptointiin liittyy keskeneräisyyden sietäminen, ideat ja konseptit saavat olla luonnoksia edelleen kehitettäviksi. Viimeisessä vaiheessa valittu konsepti, tai useampi, viedään kohderyhmän testattavaksi. Myös tähän malliin liittyy myös keskeisesti ajatus divergentin ja konvergentin ajattelun vaihtelusta sekä läpi prosessin jatkuvasta iteraatiosta. (Dam 2023.)



Kuvio 6: Design Thinking Process, © Hasso Plattner Institute of Design at Stanford University.

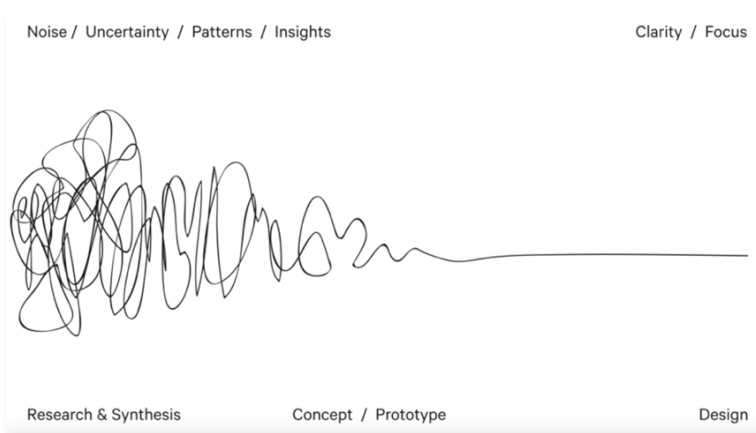
Kehittämistyön alun divergentti vaihe korostuu prosessissa. Tämän huomioi muun muassa IDEOn Human-Centered Design -malli (kuvio 7). Se on kehitetty erityisesti sosiaalisia innovaatioita ajatellen. Nimensä mukaisesti ihmiskeskeisyys on sen ytimessä. Malli kuvaa prosessin kolmivaiheisena: inspiraatio, ideointi ja implementointi. Mutta käytännössä se sisältää niin tuplatimantin kuin Stanfordin mallin osat. Inspiraation vaiheeseen, siihen liittyvään kontekstiin ja erityisesti ihmisiin tutustuminen on keskeisintä. Se tehdään mielellään niin, että ihmiset ovat osana omaa ympäristöään. Ideoinnin vaiheessa vedetään

yhteen inspiraatiovaiheessa opittua ja kehitetään ratkaisuihideoita. Implementoinnin vaiheessa toimivimmiksi arvioidut ideat testataan, arvioidaan ja edelleen kehitetään.



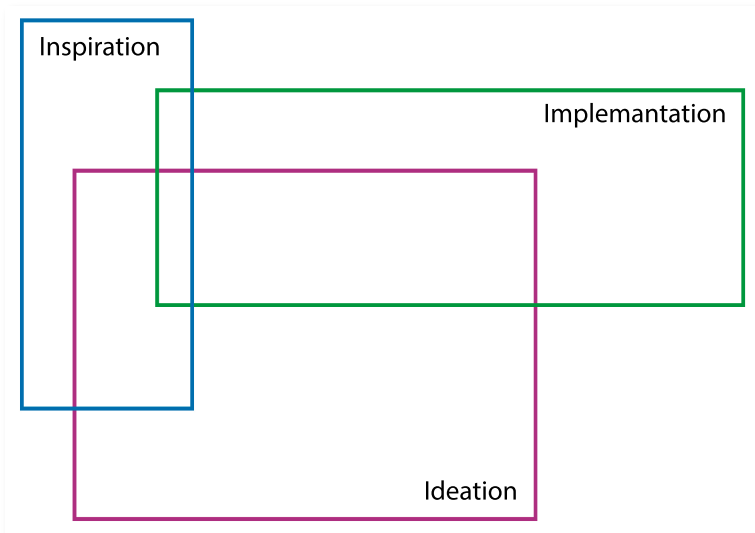
Kuvio 7: IDEOn Human-Centered Design -malli, © IDEO (IDEO 2015, 11).

Suunnitteluprosessia yleisellä tasolla kuvaava Design Squiggle -malli (kuvio 8) resonoi tämän työn etenemisen kuvaajana (Newman). On tyypillistä, että prosessin alku on niin sanotusti hämmäinen. Siihen sisältyy paljon etsimistä, epävarmuutta ja kyseenalaistamista. Muotoiluajattelu antaa välineitä välillä kaaosmaiselta tuntuvalta tilanteelta ja datan käsittelemiseen ja organisoimiseen.



Kuvio 8: Design Squiggle. Newman.

Edellä esitetyt prosessikuvaukset ovat luonteeltaan lineaarisia. Kehittämistyön prosessi on käytännössä vaiheiltaan limittäinen. Jatkuvan iteraation myötä vaiheissa on myös toisteisuutta. Limittäisyyttä kuvaa Epälineaarinen muotoiluajattelun malli (kuvio 9). Siinä IDEOn Human-Centered Design -mallin kolme olennaista aluetta esitetään päällekkäisinä. Prosessin voi ajatella kulkevan järjestykseltään vapaasti edeten näillä kolmella alueella, myös alueille aina tarpeen mukaan palaten.



Kuvio 9: Prosessin epälineaarisuus. Mukaillen IDEO 2015.

Tämän kehittämistyön prosessi seuraa modifioiden edellä esitettyjä malleja. Aloitusvaiheen suuntaa etsivä ja divergentti vaihe korostuvat. Divergentin ja konvergentin ajattelun vaihtelu sekä empatiasta määrittelyn kautta ideointiin, konseptointiin ja testaukseen etenevät vaiheet ovat läsnä. Prosessi etenee ajassa lineaarisesti, mutta vaiheet kulkevat limittäin. Työ on järjestelmällistä ihmislähtöistä kehittämistyötä, jossa on reilusti sijaa intuitiiviselle ja luovalle ajattelulle. Koko prosessin läpi kulkevan iteraation myötä se hakee muotoaan, menetelmiään ja toimintatapojaan, jotka kohtaavat kohteena olevan viheliäisen ongelman omassa kontekstissaan, yhteistyössä toimijaverkoston kanssa.

5.3 Aineiston keruu ja käsittely

Tässä kehittämistyössä on käytössä useita toisiaan tukevia menetelmiä. Menetelmävalinnoissa on huomioitu se, että on mahdollista tarkastella niin yksittäistapauksia kuin kokonaiskuvaa sekä huomioida useita näkökulmia. Samoin menetelmävalinnoissa on huomioitu realiteetit esimerkiksi ihmisten aikatauluihin liittyen.

Menetelminä käytössä on yksilö- ja ryhmähaastattelu, dokumenttianalyysi, havainnointi, työpajatyöskentely sekä benchmarkkaus. Työpajoja järjestettiin kaksi. Kehittämistyön alussa julkaisuasiantuntijoiden kanssa toteutettiin tulevaisuuden muistelun työpaja tulevaisuusskenaarioiden ja toivottujen kehityssuuntien tunnistamiseksi. Kehittämistyön päätteeksi järjestettiin monialainen yhteiskehittämisen työpaja valitun ratkaisuidean kehittämiseksi. Avaan yksittäiset menetelmät tarkemmin kehittämistyön toteuttamisen kuvaamisen yhteydessä, jolloin menetelmän ja toteutuksen yhteys säilyy vahvana. Haastattelu toistuu menetelmänä läpi työn. Haastattelusta menetelmänä tässä yhteinen tausta.

Haastattelu on yksi tyypillisimmistä laadullisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmistä. Sen avulla on mahdollista kerätä tietoa nopeasti ja syvällisesti. (Ojasalo ym. 2015, 106.) Haastattelu valikoitui menetelmäksi tästä syystä. Yksilöhaastattelujen järjestäminen, erityisesti videovälitteisesti, on vaivatonta. Haastattelut mahdollistavat aiheen tarkastelun usean toimijaryhmän näkökulmasta ihmisten arkea kohtuullisesti kuormittaen, samalla aiheen syvällisen käsittelyn mahdollistaen. Haastattelujen tavoitteena on ymmärryksen syventäminen eri toimijaryhmien edustajien aiheeseen liittyvistä tarpeista, toiveista, motivaattoreista ja haasteista. (Tuulaniemi 2011, 147–148; Eskola & Vastamäki 2015, 35–38.)

Teemahaastattelussa haastattelija on etukäteen määrittänyt haastattelun aihepiirit eli teemat. Kysymysten muoto ja järjestys voivat vaihdella haastattelusta toiseen, samoin kunkin teeman käsittelyn laajuus. Haastattelija huolehtii, että kaikki aihepiirit tulevat käsitellyksi. (Eskola & Vastamäki 2015, 27–30.) Puolistrukturoidussa haastattelussa on ennalta määritellyt avoimet kysymykset, jotka ovat kaikille haastateltaville samat. Kysymysten järjestys vaihtelee tilanteen kulun mukaan. Joku suunnitelluista kysymyksistä voi jäädä pois ja kokonaan uusia tilanteessa herääviä kysymyksiä voidaan esittää. (Eskola & Vastamäki, 2015, 27–30; Ojasalo ym. 2015, 108.)

Tämän kehittämistyön haastattelut ovat luonteeltaan lähimpänä puolistrukturoituja teemahaastatteluja. Samat pääkysymykset toimivat raamittamassa haastattelua kuhunkin toimijaryhmään liittyen. Asiajärjestys ja aiheiden käsittelyn kestot vaihtelivat. Kysymysten tarkasta sanamuodosta ei pidetty kiinni. Haastattelija piti huolen, että kaikki teemat tulivat käsitellyksi. Kysymykset olivat myös luonteeltaan niin avoimia, että niiden sisällä oli kosolti mahdollisuuksia erilaisten näkökulmien ja asioiden mukaan ottamiselle. Samoin kokonaan kysymysten ulkopuolisten aiheiden mukaan tuominen keskusteluun oli sallittua. Opettajia haastateltiin kahdessa ryhmähaastattelussa, muut haastattelut olivat yksilöhaastatteluja.

Ryhmähaastattelut eroavat yksilöhaastatteluista erityisesti siksi, että ryhmädynamiikka vaikuttaa tilanteeseen. Ryhmähaastattelussa yksilöhaastattelun tavoin, aloitetaan aineistonkeruun tavoitteesta ja sen jälkeen pohditaan ryhmän kokoonpanoa. Homogeeninen ja heterogeeninen ryhmä tuottavat erilaisen aineiston. Haastattelun tavoite määrittää sen, minkälainen ryhmä on tarkoituksenmukaisin. Onko enemmän merkitystä yhdenmukaisella taustalla tai eri näkökulmista asian tarkastelulla. (Ojasalo ym. 2015, 111–112.)

Haastattelussa on aina kyse vuorovaikutustilanteesta, vaikka se tapahtuu kehittämistyön tekijän aloitteesta ja hänen määrittelemän reunaehdoin. Haastattelun tavoitteena on olla aito vuorovaikutustilanne. Vuorovaikutustilanteen kaikki tekijät vaikuttavat haastatteluun ja sen lopputulemaan. (Eskola & Vastamäki, 2015, 27, 35; Ojasalo ym. 2015, 108.) Kaikkia tähän työhön tehtyjä haastatteluja voi luonnehtia rennoiksi ja keskustelunomaisiksi.

Haastateltavat olivat mukana ammattinsa puolesta, tietyn toimijaryhmän edustajina Metropolia Ammattikorkeakoulun julkaisutoimintaan liittyen. Haastattelija oli kaikille haastatteluille vähintäänkin nimenä tuttu ja tunnistettu oman työyhteisön toimija. Koska kaikki tulivat samasta työkontekstista, puhuttiin pitkälti samaa kieltä yhteisin termein. Haastattelut nauhoitettiin, joten haastattelija pystyi keskittymään vuorovaikutukseen haastattelutilanteessa ja sisältöön palaaminen myöhemmin oli helppoa.

Haastateltavista kaikki vastasivat haastattelupyyntöön myöntävästi. He tuntuivat pitävän kehittämistyön aiheita tärkeinä, sellaisena, jonka hyväksi he olivat valmiita jakamaan omia kokemuksiaan ja asiantuntemustaan – ja antamaan aikaansa. Ammattikorkeakoulun kaikilla toimijoilla tuntuu olevan jatkuva kiire. Kehittämistyössä pyrittiin haastateltavia mahdollisimman vähän kuormittaviin ratkaisuihin. Ryhmähaastattelut toteutettiin ennalta sovitusti jo kalenteriin varatun tilaisuuden ohessa. Yksilöhaastatteluiden ajankohdat sovittiin etukäteen ja ne pidettiin mahdollisimman lyhyinä, ennalta sovitusta aikataulusta kiinni pitäen. Ryhmähaastattelut toteutettiin kasvokkain, yksilöhaastattelut osin videovälitteisesti. Videovälitteisyys ei merkittävästi vaikuttanut haastatteluihin, kanava toimintoinen oli kaikille entuudestaan tuttu ja arkipäiväinen.

Aineiston analysointi

Aineiston analyysin tarkoituksena on saada aineistosta esiin kehittämistyölle hyödyllinen informaatio. Työtavoissa on huomioitu monien näkökulmien mukana oleminen sekä eri tavoin kerätyn aineiston tarkastelu. Aineiston analysoinnissa on käytännössä aina kaksi päävaihetta, pelkistäminen ja tulkinta. Pelkistettäessä havaintoja yhdistetään, teemoitellaan ja yleistetään niin, että materiaali on käsiteltävissä. Tällöin aineiston informaatioarvo kasvaa. Aineiston tulkinnalla tarkoitetaan hallittavaan muotoon saatetun aineiston analysointia. Kohteena olevasta ilmiöstä tuodaan esille jotakin uutta. (Ojasalo ym. 2015, 119, 143.)

Aineiston teemoittelussa on hyödynnetty pääosin samankaltaisuuskaaviota (engl. Affinity Diagram). Se on menetelmä kerätyn tiedon koostamiseen muotoon, josta voi kerralla lukea kaikki kulloisenkin aineiston olennaiset aiheet. Samankaltaisuuskaavio soveltuu käytettäväksi erityisesti, kun kerättyä tai ideoitua materiaalia on paljon. Se on hyödyllinen myös eri menetelmin kerätyn aineiston yhteen tuomisessa. Käytännössä aineistosta havaitut löydökset kirjataan lapuille, jotka ryhmitellään loogisiksi kokonaisuuksiksi. Kokonaisuudet järjestellään edelleen suurempiin ryhmiin, jotka nimetään. Näin esille nousevat olennaiset asiat. (Tuulaniemi 2011, 154.)

6 Kehittämistyön toteuttaminen

6.1 Kehittämistyön kolme vaihetta ja kolme pääkysymystä

Kehittämistyö toteutettiin sisällöllisesti ja ajallisesti kolmessa vaiheessa, jotka ovat kietoutuneet toisiinsa. Jatkuvaa arviointia ja sen pohjalta täsmennyksiä on tehty läpi prosessin.

Empiirinen osuus toteutettiin loppusyksyllä 2022, loppukeväällä 2023 ja alkutalvella 2024. Työ on ajoittunut pitkälle ajanjaksolle pääosin siksi, että se on tehty kokopäiväisen työn ohessa. Ajanjakson pituuteen ei ole vaikuttanut kehittämistyöstä itsestään nousseet seikat. Pitkän aikajänteen positiivisena puolena voi pitää mahdollisuutta tarkastella työtä rauhassa ja kriittisestikin, ikään kuin etäämmältä niin paussien aikana kuin työn ääreen palatessa.

Kehittämistyön prosessin sisällölliset vaiheet ovat:

- Vaihe 1: Hankejulkaisujen muotoilun ja käytön analyysi.
- Vaihe 2: Selvitys hankejulkaisujen hyödyntämisestä oppimistoiminnassa.
- Vaihe 3: Kokeiluidean kehittäminen ja testaus.

Työtä johdattavana pääkysymyksenä ensimmäisessä vaiheessa oli, **voisiko julkaisujen muotoilua ja hanketoimijoiden muotoiluosaamista kehittämällä lisätä julkaisujen käyttämistä**. Alakysymyksinä olivat, miltä hankejulkaisujen muotoilu tällä hetkellä näyttää ja miten sitä tietomuotoilun näkökulmasta voisi kehittää? Sekä, miten hanketoimijoiden muotoiluosaamista voisi tukea?

Ensimmäisen vaiheen pääkysymyksen pohtiminen johti toisenlaiseen asetelmaan. Kehittämistyön suunta tarkentui. Toisessa vaiheessa keskeinen kysymys oli, **miten hankejulkaisut voisivat nykyistä paremmin juurtua osaksi oppimistoimintaa**. Asiaa tarkasteltiin viiden olennaiseksi tunnistetun toimijaryhmän näkökulmasta.

Toisen vaiheen selvityksen tuloksiin liittyen kolmannessa vaiheessa kehitettiin idea visuaalisesta julkaisukoosteesta viestimisen tueksi. Keskeinen kysymys oli, **olisiko kooste hankejulkaisusta potentiaalinen vakiinnutettava väline erityisesti opettajille julkaisuista viestimisen tueksi?**

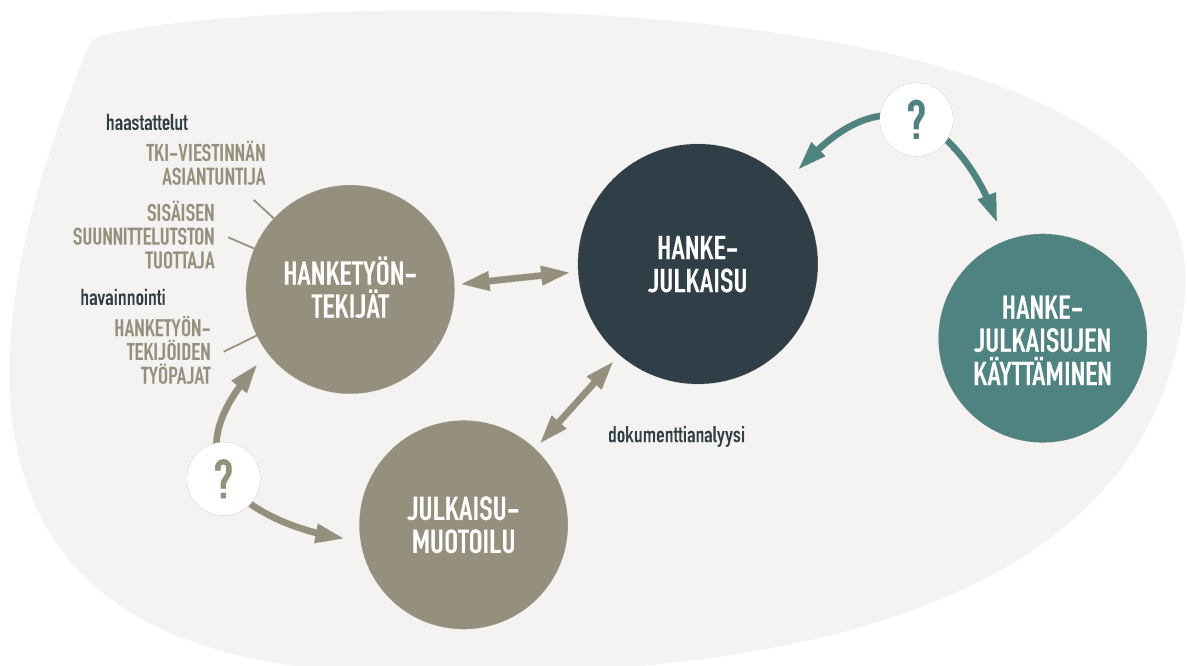
6.2 Vaihe 1: Hankejulkaisujen muotoilun ja käytön analyysi

Aloittaessani tämän kehittämistyön toimin Metropolia Ammattikorkeakoulussa julkaisuasiantuntijan sijaisena. Julkaisutiimissä oli noussut esille tarve julkaisujen ja yleisemmin viestinnän visuaalisuuteen liittyvän työkirjan sekä työpajan kehittämiseksi hanketoimijoita varten jatkoksi Hankeviestinnän käsikirjalle (Hermiö ym. 2021). Samoin tarve oli yleisen

taittopohjan päivittämiselle niitä julkaisuja varten, joihin ei pystytä resursoimaan ulkopuolista suunnittelijaa ja taittajaa. Kehittämistyön tilaajana toimii Metropolia Ammattikorkeakoulun julkaisutiimi. Totesimme yhdessä, että taittopohjan laatiminen ei sovellu kehittämistyön päätavoitteeksi, mutta toteuttaisin sen osana prosessia. Työkirjan ja työpajan taustaksi kehittämistyöni tuottaisi kartoitettavaa ja ymmärrystä lisäävää tietoa. Julkaisujen päätyminen käyttöön nykyistä enemmän oli yhteinen tavoitteemme. Kehittämistyön ensimmäistä vaihetta ohjaavaksi kysymykseksi muotoutui: **voisiko julkaisujen muotoilua ja hanketoimijoiden muotoiluosaamista kehittämällä lisätä julkaisujen käyttämistä?**

Kysymystä lähestyttiin:

- analysoimalla viimeksi kuluneen vuoden kirjamuotoisia hankejulkaisuja saadakseni kuvan hankejulkaisujen muotoilusta
- keskustelemalla hankeviestintää koordinoivan asiantuntijan kanssa hanketoimijoiden viestinnän visuaalisen osaamisen tarpeista
- osallistumalla kolmeen hanketoimijoiden Havainto-verkoston viestintätyöpajaan havaintoja tehden ja toiveita kysyen
- keskustelemalla Metropolian sisäisen suunnittelutoimisto Valovirran tuottajan kanssa. (Kuvio 10.)



Kuvio 10: Kehittämistyön ensimmäisen vaiheen näkökulmat ja menetelmät.

6.3 Kirjamuotoiset hankejulkaisut Metropolia Ammattikorkeakoulussa

Ymmärrys Metropolia Ammattikorkeakoulun kirjamuotoisten hankejulkaisujen muotoilusta muodostettiin dokumenttianalyysia hyödyntäen. Analysoimalla olemassa olevia dokumentteja, lisätään tietoa ja ymmärrystä niistä.

Dokumenttianalyysillä viitataan tyypillisesti kirjallisessa muodossa olevan tai kirjalliseen muotoon viedyn aineiston analysointiin. Yhtä lailla voidaan analysoida muunlaisia dokumentteja tai muita piirteitä kuin tekstisisältöä. Analysoinnin kohteena voivat olla mitkä vaan kehittämistyön tavoitteeseen keskeisesti liittyvät dokumentit. Tavoitteena on tiedon lisääminen dokumenttiaineiston piirteitä analysoimalla ja selkeyttämällä. (Ojasalo ym. 2015, 136.)

Dokumenttianalyysiin katsotaan kuuluvan kaksi analyysitapaa, sisällön analyysi sekä sisällön erittely. Sisällön analyysin tavoitteena on sisällön kuvaileva kuvaaminen, sisällön erittelyn puolestaan kuvaa sisältöä määrällisin piirtein. (Ojasalo ym. 2015, 137.) Hankejulkaisujen muotoilun dokumenttianalyysissä käytetään hyväksi molempia analyysitapoja toistuvien visuaalisten asioiden tunnistamiseksi ja luokittelemiseksi.

Tunnistamisen ja luokittelemisen taustana oli tietomuotoilun teoriasta johdettu analyysirunko, analyysissä huomioitiin myös aineistosta nousevat piirteet. Aineistoa tarkasteltiin kolmesta tietomuotoiluun liittyvästä näkökulmasta:

1. Julkaisujen kuvaaminen tyyptellen, Alberto Cairon visualisointipyörän piirteitä soveltaen (Cairo 2013, 50–52).
2. Havaitsemisen prosessin molempien suuntien tukemisen esiintyminen julkaisuissa. Visuaaliset esiin nousevat piirteet, jotka tukevat havaintoprosessia alhaalta ylöspäin sekä tietoa etsivän, ylhäältä alaspäin suuntautuvan prosessin tukeminen (Koponen ym. 2016, 86–87; Cairo 2013, 136–137).
3. Julkaisumuotoilun piirteiden esiintyminen. Julkaisun luettavuuden, käytettävyyden, ymmärrettävyyden ja tiedon löytymisen tukeminen. (Cairo 2013, 18).

Dokumenttianalyysi toteutettiin käymällä aineistoa läpi useita kertoja niin, että uusia merkittäviä havaintoja ei enää tullut vastaan. Havainnot kirjattiin muistiin kuvakaappausten kera ja määrälliset piirteet koostettiin excel-taulukoon.

Vuonna 2021 (dokumenttianalyysin hetkellä edellinen täysi vuosi) Metropolia julkaisi kirjamuotoisista julkaisuista 26 on laskettavissa hankejulkaisuiksi. Ulkopuolisella hankerahoituksella toteutettujen hankkeiden julkaisujen lisäksi laskin kirjamuotoisiin hankejulkaisuihin kuuluvaksi Opetushallituksen tukemissa täydennyskoulutushankkeissa sekä sisäisissä kehittämishankkeissa toteutetut julkaisut. Kaikki julkaisut ovat avoimesti

saatavilla ammattikorkeakoulujen julkaisujen Theseus-tietokannasta. Linkit niihin löytyvät Metropolia Ammattikorkeakoulun verkkosivuilta osoitteesta: <https://www.metropolia.fi/fi/tutkimus-kehitys-ja-innovaatiot/julkaisut>.

Dokumenttianalyysin ulkopuolelle on jätetty viisi verkkosivumuotoista julkaisua, sekä 12 kirjamuotoista julkaisua, jotka eivät ole tyypiltään hankejulkaisuja. Lukumäärällisesti eniten hankejulkaisuja toteutetaan asiantuntija-artikkeleina, -blogikirjoituksina, -podcasteina sekä videojulkaisuihin. Myös ne on rajattu tämän työn ulkopuolelle. Rajauksen taustana on se, että verkkosivu ja video toimivat eri logiikalla kuin kirjamuotoinen julkaisu, podcast puolestaan ei perustu visuaalisuuteen. Lehdissä tai blogialustalla julkaistavissa artikkeleissa sisällön tekijällä ei ole mahdollisuutta vaikuttaa julkaisun muotoon. Jatkossa hankejulkaisu-termillä viitataan vain kirjamuotoisiin hankejulkaisuihin.

On huomioitava, että hankejulkaisujen kokonaismäärä sekä niiden painotus eri julkaisusarjoissa vaihtelevat vuodesta toiseen. Julkaisun muotoilu on kulloisenkin suunnittelijan työn tulos ja siten uniikki. Siten myös muotoilullisissa piirteissä on vaihtelua. Yhden vuoden hankejulkaisut analysoimalla saa kuitenkin käsityksen hankejulkaisuille tyypillisistä tietomuotoilun piirteistä.

6.3.1 Julkaisutyypit julkaisusarjan ja sisällön pohjalta

Metropolian kirjamuotoiset julkaisut jaetaan kolmeen sarjaan: jatkuvan oppimisen sisältöihin keskittyvä Oiva-sarja, TKI-toiminnan tuloksiin kiinnittyvä Taito-sarja sekä tietyn ilmiön ympärille lyhyitä näkökulmia kokoava Mikrokirja-sarja. Julkaisusarjojen sisällöllinen painotus näkyi vuoden 2021 hankejulkaisuissa kuvausten mukaisesti.

Julkaisujen esittelytekstien ja sisällön yleissilmäyksen pohjalta erot eivät ole näin selkeät. Artikkelikokoelmamuotoisia näkökulmia ja puheenvuoroja aiheesta on julkaistu kaikissa julkaisusarjoissa. Oppaat painottuvat selkeästi Oiva-sarjaan, mutta niitä on julkaistu lisäksi myös muissa julkaisusarjoissa. Selkeästi raporttimuotoisia julkaisuja löytyi pääosin Taito-sarjasta, mutta yksi myös mikrokirjoista. (Kuvio 11.)

sisältö	raportit	näkökulmat / puheenvuorot	opas / käsikirja
Mikrokirjat	1	2	1
Oiva-sarja	0	2	9
Taito-sarja	6	3	2
yhteensä	7	7	12

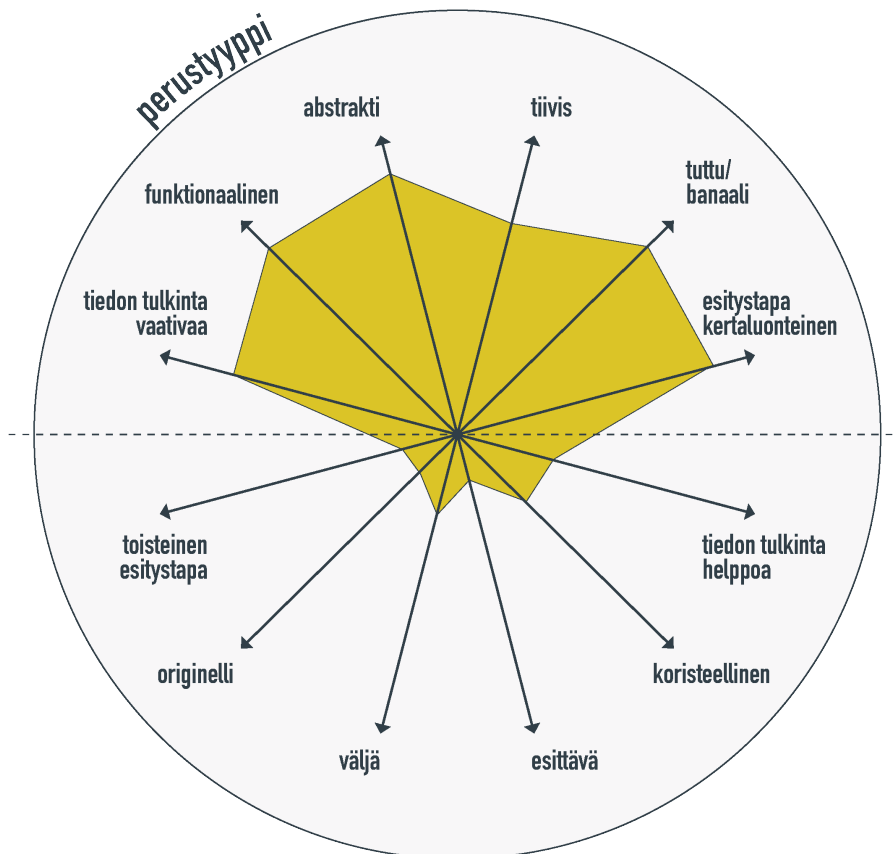
Kuvio 11: Hankejulkaisutyypit julkaisusarjan ja sisällön mukaan.

6.3.2 Julkaisutyytit muotoilun pohjalta

Metropolia Ammattikorkeakoulun vuoden 2021 hankejulkaisut luokiteltiin kolmeen tyyppiin tietomuotoilun piirteiden pohjalta. Tyypit nimettiin perus-, keski- ja visuaaliseksi tyyppiä ja niille laadittiin kuvaukset.

Hankejulkaisumuotoilun perustyyppi

Vaikutelmatasolla perustyyppin julkaisu on tekstimassa, sisältö on tekstipainotteinen. Tekstiosuus ja kuvat esiintyvät erillisinä. Pääasiassa vain otsikkohierarkia toimii silmäilyn tukena ja lukupolun ohjaajina. Silmäilyä tukevat jossain määrin tekstinostot sekä asiasanojen lihavointi. Yksittäisiä asialistoja sekä tekstipainotteisia taulukoita ja kuvioita esiintyy sisällön tukena. Lineaarinen taittoratkaisu ja pelkistetty, sivulta toiselle samanlaisena toistuva sommittelu. Tyyliiltään yleinen, ajaton ja kliininen. Kansi muodostuu valokuvasta ja organisaation graafisen ohjeistuksen mukaisella typografialla julkaisun ja kirjoittajan nimestä sekä logosta. Julkaisun nimellä ja kuvalla on ratkaiseva rooli huomion kiinnittäjänä. (Kuvio 12.)

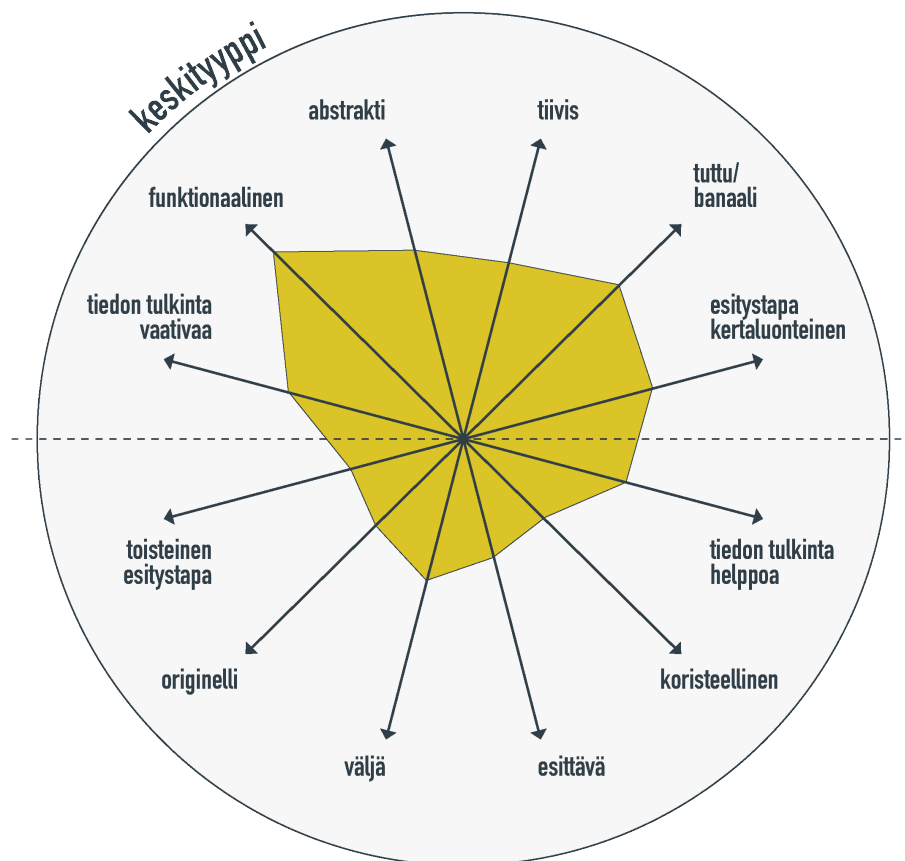


Kuvio 12: Hankejulkaisujen perustyyppi kuvattuna visualisointipyörän avulla.

- Tyypiesimerkki perustyyppistä on raportti tai artikkelikokoelma, joka on toteutettu valmiiseen taittopohjaan.
- Käyttöä ohjaa painottuneesti otsikkosisältö.

Hankejulkaisumuotoilun keskityyppi

Vaikutelmatasolla keskityypin julkaisu on tekstipainotteinen kokonaisuus, mutta ilman teksti-massan tuntua. Otsikkohierarkian, asiasanojen lihavoinnin ja tekstinostojen lisäksi esiintyy myös visuaalisia elementtejä tukemassa viestin välittymistä ja lukemisen ohjaamista. Tekstin kes-keistä sisältöä on koostettu läpi julkaisun tekstilistoiksi tai tekstimuotoisiksi tiivistyksiksi. Ingressitekstit ja kysymykset ohjaavat sisältöön tarttumista. Sisältöä on tuettu kuvin, joilla on yhtenäinen linja. Monimutkaista sisältöä tai ydinsisältöä on esitetty jossain määrin taulukoin ja kuvioin. Taittoratkaisu on lineaarinen, sivusomittelussa on variaatiota. Tyyli on julkaisua varten luotu. Myös kansi on julkaisua varten erikseen suunniteltu, yksinkertainen ja usein tekstipainot-teinen kokonaisuus. Huomion kannessa kiinnittää erityisesti väri ja typografia. (Kuvio 13.)

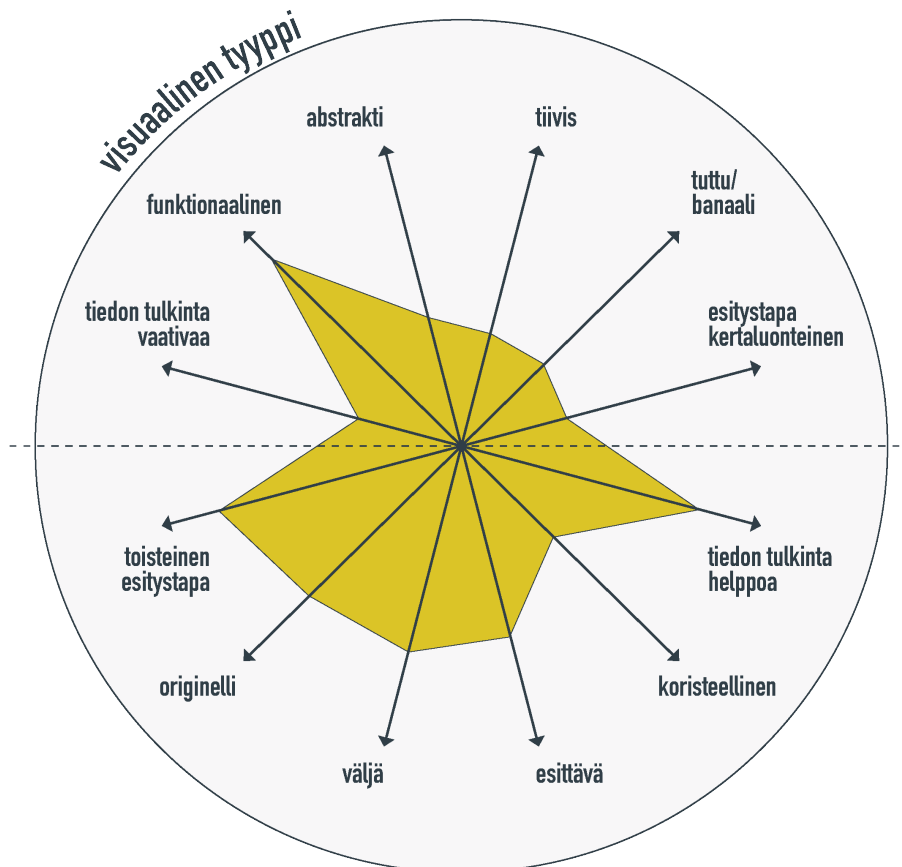


Kuvio 13: Hankejulkaisujen keskityyppi kuvattuna visualisointipyörän avulla.

- Tyypiesimerkki keskityypistä on artikkelikokoelma, jonka taitto on erikseen julkaisua varten suunniteltu.
- Keskityypin käyttöä ohjaa otsikoinnin ohella listamuotoinen esitystapa, tekstinostot ja tekstipainotteiset taulukot tai kuviot sekä sisältöä tukeva kuvamateriaali.

Hankejulkaisumuotoilun visuaalinen tyyppi

Vaikutelmatasolla julkaisu on visuaalinen kokonaisuus, jossa on hyödynnetty useita tapoja tiedon välittämiseksi. Tekstimassan tuntua ei ole, vaan leipäteksti on pienempinä palasina runsailla väliotsikoilla jaoteltuna. Tekstisisältöä on pilkottu eri elementeiksi, kuten kainalojutut ja huomiotekstit leipätekstin rinnalla. Sisältää olennaisen tiedon koostavia visualisointeja, kuten prosessikaavioita ja muita kuvaajia. Sisältää interaktiivista sisältöä, kuten kysymyksiä pohdittavaksi ja tehtäviä sisällön perusteella tehtäviksi. Lineaarinen taittoratkaisu, jota on ajoittain rikottu avoimen ratkaisun visualisointeina. Sisällön ymmärtämistä tukevaa sommittelullista variaatiota. Tyyli on julkaisun sisältöä tukeva, persoonallinen ja ajassa oleva. Kansi on julkaisua varten erikseen suunniteltu, erottuva visuaalinen kokonaisuus. Kannen visuaalisuudella on symbolinen luonne. Huomion kiinnittää sekä kuva, väri että typografia. (Kuvio 14.)



Kuvio 14: Hankejulkaisujen visuaalinen tyyppi kuvattuna visualisointityörän avulla.

- Tyypiesimerkki visuaalisesta tyypistä on opas- tai käsikirja.
- Visuaalisen tyypin käyttöä ohjaa otsikkosisällön ohella tarkistuslistat, kainalojutut, erilliset vinkit tai koosteet ydinsisällöstä, tehtävät sekä sisältöä tukeva kuvamateriaali, kuvat ja visualisoinnit.

Analyysin kohteena olleista julkaisuista sijoittuu perustyyppiin 11, keskityyppiin 11 ja visuaaliseen tyyppiin neljä julkaisua. Perustyyppi painottuu raporttipainotteisessa Taito-sarjassa, visuaalinen tyyppi käsi- ja opaskirjoihin keskittyvässä Oiva-sarjassa. (Kuvio 15.)

visuaalisuus	perustyyppi	keskityyppi	visuaalinen tyyppi
Mikrokirjat	3	1	0
Oiva-sarja	0	7	4
Taito-sarja	8	3	0
yhteensä	11	11	4

Kuvio 15: Hankejulkaisutyypit julkaisusarjan ja muotoilun mukaan.

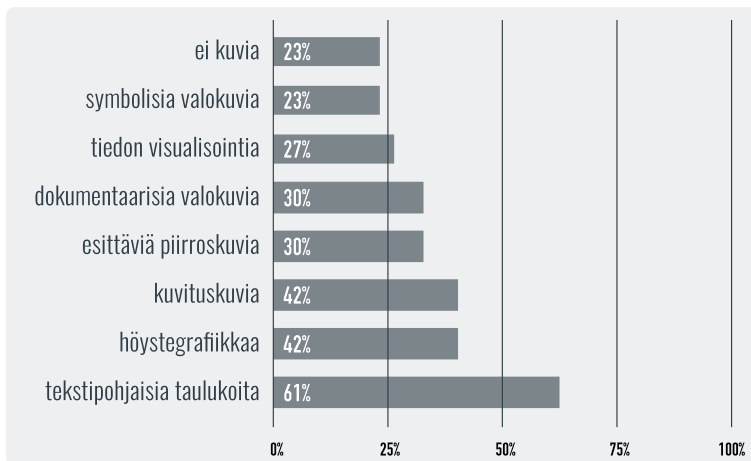
Suurin osa julkaisumuotoilun toteuttajista on oman organisaation ulkopuolisia graafisen suunnittelun ammattilaisia, muun muassa kaikkien visuaalisen tyyppin julkaisujen. Valovirran opiskelijaharjoittelijat ovat toteuttaneet kahdeksan julkaisun ulkoasun, näistä valtaosan valmiiseen yleiseen taittopohjaan. (Kuvio 16.)

taiton toteuttaja	ostopalvelu	Valovirta	itse
Mikrokirjat	0	4	0
Oiva-sarja	8	3	0
Taito-sarja	9	1	1
yhteensä	17	8	1

Kuvio 16: Julkaisumuotoilun toteuttajat.

6.3.3 Tietomuotoilun määrälliset piirteet hankejulkaisuissa

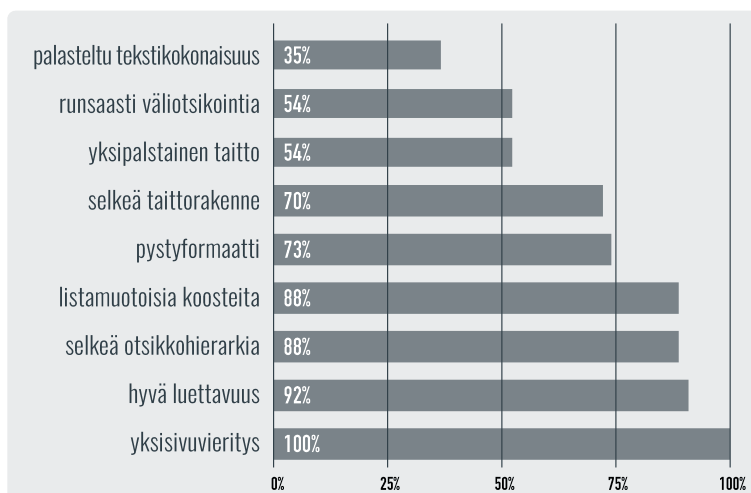
Eryytenä huomiona hankejulkaisuista nousee visualisoidun tiedon hyödyntämisen vähäinen määrä. 27 % julkaisuista hyödynnetään tiedon visualisoinnin määritelmän täyttävää infografiikkaa tai visualisointia jossain määrin ja vain 8 % runsaammin. Sen sijaan tekstipohjaisia taulukoita esiintyy yli 60 % julkaisuista. Niiden avoin rakenne auttaa tarkastelemaan sisältöä eri tavalla, kuin pelkästään lineaariseen tekstiin pohjautuva ratkaisu. Höystegrafiikkaa, joka ei lisää julkaisuun informaation sisältöä sisälsi 42 % julkaisuista. (Kuvio 17.)



Kuvio 17: Kuvien määrällisiä piirteitä hankejulkaisuissa.

Kuvituksen puolesta julkaisuista erottui kaksi, joissa sarjakuva ja sen hahmot toimivat läpi julkaisun yhdistävänä visuaalisena elementtinä. Sarjakuva tuki selkeästi sisällön ymmärtämistä tuoden näkökulmia sarjakuvulle tyypillisesti asiaa kärjistämällä. Symbolisen sekä julkaisua varten toteutetun kuvan vähäisyys nousee esille. Symbolista kuvaa esiintyy 23 % julkaisuista.

Tekstin rakenteellisessa muotoilussa hankejulkaisuissa korostuu positiivisesti hyvä luettavuus selkeä otsikkohierarkia ja rakenne. Listat ovat leipätekstistä poikkeavan sisällön esittämisen tavoista suosituin, niitä esiintyy 73 % julkaisuista. Muutoin erilaisten tekstimuotojen käyttöä leipätekstin rinnalla on vain 35 % julkaisuista. Tekstin palastelua on tehty pääosin väliotsikoin, joita on reilusti 54 % julkaisuista. (Kuvio 18.)



Kuvio 18: Rakenteellisen tietomuotoilun määrällisiä piirteitä hankejulkaisuissa.

73 % julkaisuista formaatti on suunniteltu selkeästi painettua julkaisua ajatellen pystysivuille, vain 15 % julkaisusta on toteutettu myös painettu versio. Tietokoneella luettaessa vaakamuoto asettuu näkymään pystytaittoa paremmin, mikäli pystytaittoa ei pdf-tiedostossa ole tulostettu aukeamittain. Kaikki julkaisut olivat pdf-muodossa yksisivuvierityksenä,

eivät aukeamittain. Vaakaformaatti on myös helposti siirrettävissä esimerkiksi osaksi esitysmateriaalia, kuten PowerPoint-tiedostoihin. Tableteilla luettaessa paperin orientaatiolla ei ole väliä. Mobiililaitteista luettaviksi pdf-julkaisut soveltuvat ylipäätään huonosti, koska ne eivät skaalaudu.

Toinen painettavaksi suunnitellun pdf-muotoisen julkaisun vastaanottamista häiritsevä piirre tulee esille Mikrokirjoissa. Pdf-muodossa julkaisun fyysiset mitat menettävät merkityksensä. Mikrokirjat ovat painettuna versiona pieniä, taskuun mahtuvia kirjoja. Sivuu aukeaa näytölle näytön kokoisena. Tällöin tekstin koko näyttyy suurena ja luo vaikutelman jopa lastenkirjamaisesta lajityypistä.

6.3.4 Julkaisujen käyttö latausmäärien perusteella

Julkaisujen latausmäärät Theseus-tietokannasta 7.12.2023 mennessä antavat viitteen niiden käyttömääristä. Osa julkaisuista on saatavilla myös niteenä. Niiden painosmäärät ja menekki eivät ole tiedossa ja siten ne eivät ole tässä huomioituina. Keskimäärin yhdellä julkaisulla on ollut latauksia 675. Suurin latausmäärä on 3269 ja pienin 86.

Kolmen eniten ladatun julkaisun muotoilu kuuluu visuaaliseen tyyppiin. Keskityypin 11 julkaisusta yksi ylittää latausmäärältään keskiarvon, perustyyppin julkaisuista keskiarvon ylittää kaksi, muiden jäädessä selkeästi keskiarvon alapuolelle.

Visuaalisen tyyppin julkaisuiden toteutukseen ja todennäköisesti myös niiden levitykseen on resursoitu keskimääräistä enemmän. Muun muassa niiden kaikkien muotoilusta on vastannut ulkopuolinen ammattilainen. Muotoilu ei yksin selitä julkaisuiden latausmääriä, vaikka muotoilulla näyttää olevan siihen yhteys, eivätkä latausmäärät suoraan kerro julkaisuiden käyttämisestä.

6.4 Hankejulkaisujen vastaanottamista tukevat tietomuotoilun piirteet

Aineistoista nousi selkeästi esille graafisen suunnittelun ja tietomuotoilun teoriassa esitetyt yleiset havaitsemista, luettavuutta, ymmärrettävyyttä ja käytettävyyttä tukevat piirteet.

Havaitsemisen prosesseihin liittyen sekä ylhäältä alaspäin että alhaalta ylöspäin kulkevan prosessin tukeminen tuottaa parhaan lopputuloksen (Koponen ym. 2016, 86–87; Cairo 2013, 136–137.). Käytännössä julkaisujen kohdalla tämä tarkoittaa sitä, että tietoa aktiivisesti etsivälle tarjotaan silmäilyä tukevia elementtejä, joissa on olennaista informatiivista sisältöä, kuten otsikointi, asiasanat, tekstinostot, listat ja tiivistelmät. Alhaalta ylöspäin havaintoprosessia tukee kokonaisuudesta esiin nousevat visuaaliset piirteet, kuten kuvat, visualisoinnit, värit ja graafiset elementit. Ne ylittävät näköaistin huomiokynnyksen, vetävät

puoleensa tutkimaan sisältöä ja toimivat visuaalisina maamerkkeinä ja muistijälkinä. Tähän liittyy myös sopiva vaihtelu sivulta tai aukeamalta toiselle siirryttäessä. Aukeamalta toiselle samanlaisena toistuva kokonaisuus ei houkuttele silmää. Toisella, kokonaisuuksia ryhmittelevällä havaitsemisen tasolla, suurin merkitys on taittokokonaisuuden johdonmukaisella rakenteella ja sommittelulla, sisältäen tyhjän tilan tarkoituksenmukaisen käytön.

Luettavuutta tukevat erityisesti typografiset valinnat, kuten tekstityyppiin sopiva tekstikoko, riviväli ja palstan leveys. Esimerkiksi leipätekstin liian tiivis tai löyhä riviväli tekee lukemisesta haastavaa, samoin tekstikokoon suhteessa hyvin pitkä tai lyhyt palstaleveys. Rakenteellisten ratkaisujen loogisuus ja jatkuvuus läpi julkaisun liittyvät myös luettavuuteen, yhdistäen tekstisisällön taitollisia rakenteellisia ratkaisuja. (Koponen ym. 2016, 278–280; Johnson, 2010, 39–45.) Epäjohdonmukaiset palstaleveyden muutokset tai vähäiset erot tekstihierarkiassa heikentävät luettavuutta. Myös tekstimassan vähyys sekä liialliset erilaiset elementit per sivu vievät huomion väärään suuntaan. Selkeä, erottuva otsikkohierarkia ja riittävä määrä väliotsikointia helpottavat tekstin vastaanottamista, tiedon löytymistä ja luettavuutta. Riittävä kontrasti tekstin ja taustan välillä on luettavuuden edellytys. Tummia väritaustoja ja ylipäättään väritaustaa leipätekstin takana kannattaa tarkoin harkita. Luettavuuteen samoin kuin ymmärtämiseen ja käytettävyyteen liittyy itsestään selvästi tekstisisältö, käytetty kieli ja otsikoiden informatiivisuus.

Ymmärtämistä tukee sisällön jaottelu erilaisiksi kokonaisuuksiksi ja asioiden kertautuvuus. Leipätekstin ohella julkaisu voi esimerkiksi sisältää erilaisia tekstiosiota, joissa asiaa tarkastellaan eri näkökulmista. Tätä toteutetaan julkaisuissa koostein ydinsisällöstä, useimmiten teksti- ja taulukkomuodossa tai visuaalisina kokonaisuuksina. Rakenteeltaan avoimet koosteet antavat mahdollisuuden tarkastella asiaa eri suunnista, ne kutsuvat viipymään asian äärellä sitä tutkien. Tekstisisältöä tukeva kuvamateriaali tukee asian ymmärtämistä. Tekstimassan ositus vähintään väliotsikoin ja sisällön salliessa myös erilaisin tekstiosuuksin tukee niin luettavuutta kuin ymmärtämistäkin. Pitkät, usean sivun mittaiset tekstimassat ilman muita elementtejä haastavat vastaanottajan keskittymistä, asian ymmärtäminen on täysin tekstisisällön varassa. Vaaran paikkoja ymmärtämiselle lisäävät visuaaliset elementit, joilla ei ole informatiivista tehtävää. Ne ohjaavat huomion helposti epäolennaiseen.

Käytettävyyteen tässä yhteydessä liitetään erityisesti piirteet, jotka auttavat tiedon löytymistä. Tähän liittyy molempien havaitsemisen prosessien tukeminen. Lisäksi sähköisesti julkaisuja käytettäessä formaatilla on suuri merkitys, kuten sillä, miten sivu aukeaa laitteen näkymään ja miten tekstipalsta on näytöltä luettavissa. Myös julkaisun sisäiset linkit sisällysluettelosta sivuille tai linkitys sivujen välillä lisäävät käytettävyyttä. Rakenteellinen selkeys on julkaisun käytettävyyden edellytys. Yksittäisiä toimivia ja käytettävyyttä edistäviä

ratkaisuja ovat esimerkiksi välisivu luvun vaihtuessa, jossa on otsikko tai otsikon ja ingressin yhdistelmä. Käytettävyyttä lisää tekstin palastelu runsain väliotsikoin sekä koosteet teksti- tai visuaalisessa muodossa. Nämä ovat myös irrotettavissa erillisiksi sisällöiksi ja käytettävissä muissa viestinnällisissä yhteyksissä. Julkaisujen saavutettavuus tekee ne osaltaan käytettäviksi kaikille.

6.5 Julkaisujen yleisen taittopohjan uudistus

Yleinen taittopohja julkaisutoiminnan käyttöön toteutettiin julkaisuasiantuntijoiden toiveita kuullen, dokumenttianalyysistä nousseiden havaintojen pohjalta sekä yleisiä tietomuotoilun ja julkaisusuunnittelun hyviä käytänteitä seuraten.

Olenaiset muutokset aiempaan pohjaan verrattuna olivat kaksi eri pohjaa, toinen pystyformaattissa aukeamataittoa varten, toinen vaakaformaattissa ajatellen pelkkää näytöltä luettavaa pdf-julkaisua. Pohjaan lisättiin useita taittoesimerkkejä sivun tai aukeaman rytmityksen monimuotoistamiseksi. Samoin pohjaan lisättiin erilaisia tekstisisältötyyppejä auttamaan tekstin palastelua. Kontrastia kasvatettiin sekä otsikkohierarkiassa että leipätekstin ja muun tekstisisällön visuaalisuuden välillä. Taittoon lisättiin väljyyttä. Lukujen aloitussivuille tehtiin versiot, joissa on otsikko ja ingressiteksti tai pelkkä otsikko, ajatuksella, että ingressitekstin kanssa otsikkosivut voisivat toimia myös erillisenä esitysmateriaalina. Taittopohjat toteutettiin teknisesti saavutettaviksi, mikä olikin keskeisin syy yleisen taittopohjan uudistustarpeelle.

Käytännössä yli puolet hankejulkaisuista taitetaan valmiiseen taittopohjaan. Julkaisun perusmuotoilu on siinä valmiiksi luotuna. Uusi taittopohja korostaa luettavuuteen ja havaittavuuteen liittyviä piirteitä sekä on valmiiksi tehty teknisesti saavutettavaksi. Vain kuvamateriaalin alt-tekstien lisääminen jää taittajan tehtäväksi. Luettavuutta tukevat asiat on huomioitu. Silmäiltävyyttä tukee otsikointi sekä eri tekstimuodot. Kiinnostuksen ylläpitämistä on edistetty variaatioesimerkein sekä tekstisisällön pilkkomiseen ohjaavin elementein. Käytettävyyttä on pyritty lisäämään sekä tekstimassan pilkkomisella että otsikko-ingressisivulla. Julkaisun kohdentaminen vastaanottajalle tapahtuu tietosisällöllä ja otsikoiden informatiivisuudella sekä kuvitusvalinnoilla. Kohdentaminen, kiinnostuksen herättäminen ja ylläpitäminen, persoonallisuus ja esteettisyys on julkaisuun liitettävän kuvamateriaalin, tekstisisällön ja sisältöä tukevan muotoilun varioinnin varassa.

Yleiseen taittopohjaan toteutetaan hankejulkaisuja erityisesti Metropolian sisäisessä suunnittelutoimisto Valovirrassa, joka toimii oppimisympäristönä visuaalisen alan opiskelijoille. Uusi taittopohja sai Valovirran tuottajalta myönteistä palautetta. Erityisesti hän kiitteli runsasta variaatiomahdollisuuksien määrää, perustellen asiaa sillä, että se motivoi taiton

toteuttajaa ja antaa kipinän myös omien variaatioiden suunnittelulle. Positiivisena uudistuksena hän piti myös sitä, että valittavana on vaaka- ja pystymuoto. Hän piti taiton tyyliä sopivasti tuoreena ja ajattomana.

Taittopohjaa pilotoitiin kahdessa julkaisuissa alkuvuonna 2023 ja sen pohjalta tehtiin pieniä korjauksia sekä ohjeistukseen että itse pohjaan. Pohja on otettu sen jälkeen aktiiviseen käyttöön ja se on saanut myönteistä palautetta.

6.6 Hanketoimijoiden viestinnän visuaalisen viestinnän osaamisen tarve

Hanketoimijoiden viestinnän visuaalisen osaamisen tarpeiden ymmärrystä kerrytettiin keskustelulla Metropolian TKI-viestinnän asiantuntijan ja sisäisen suunnittelutoimisto Valovirran tuottajan kanssa. Suoraan hanketoimijoilta tietoa saatiin osallistumalla kolmeen hanketoimijoille järjestettyyn viestintätyöpajaan.

TKI-viestinnän asiantuntija järjesti hanketoimijoiden Havainto-verkostolle kahdeksan viestintäteemaista työpajaa syksyllä 2022. Nämä työpajat eivät suoraan liittyneet tähän kehittämishankkeeseen. Osallistuin kolmeen työpajaan. Julkaisutoiminnan ja visuaalisen viestinnän työpajoissa toimin osin kouluttajana, osin havainnoijana, viestintäsuunnittelun työpajassa olin mukana pelkästään havainnoijana. Työpajat järjestettiin Teams-ympäristössä. Yhden työpajan kesto oli 90 minuuttia.

Osallistujille kerrottiin, että olen tekemässä kehittämistyötä ja heiltä pyydettiin kommentteja ja palautetta työpajojen aikana siihen liittyen. Osallistujilta pyydettiin lisäksi TKI-viestinnän asiantuntijan toimesta palautetta kootusti koko koulutuskokonaisuuden jälkeen. Esitetyt havainnot perustuvat työpajojen aikana tehdyille muistiinpanoille sekä koulutustilaisuuksiin osallistujilta saatuun palautteeseen.

Keskustelu TKI-viestinnän asiantuntijan kanssa

TKI-viestinnän asiantuntijan kanssa keskustelun tavoitteena oli saada yleinen näkemys työksensä hankeviestintää konsultoivalta asiantuntijalta hanketoimijoiden visuaalisen viestinnän tarpeista. Keskustelu pohjusti samalla viestinnän visuaalisuuteen liittyvän Havainto-verkoston koulutustilaisuuden suunnittelua.

TKI-viestinnän asiantuntijan näkemys oli, että perustieto visuaalisesta viestinnästä ja sen merkityksestä on tarpeen, vaikka osa toimijoista tuntee ne jo hyvin. Hyötyä olisi hänen mukaansa myös perustelusta sille, miksi hankeviestintää tekevän on olennaista ymmärtää visuaalisen viestinnän perusasiat. Erityisesti TKI-viestinnän asiantuntija painotti, että tarpeen ovat yksinkertaiset käytännön neuvot ja ohjeet perusteluineen. Näitä ovat

konkreettiset hankeviestintään liittyvät esimerkit asioista, joiden pohjalta ymmärtäminen on suoraviivaista ja käyttöön ottaminen omaan työhön vaivatonta.

Erillisenä asiana TKI-viestinnän asiantuntija toi esille tarpeen yhteistyön kehittämiseksi visuaalisen suunnittelijan kanssa. Yhteistyön sujumista lisää yhteisen kielen syntyminen ja visuaalisen suunnittelun tausta-ajattelun ymmärtäminen. Yksittäisenä olennaisena asiana TKI-viestinnän asiantuntija nosti esiin visuaalisen suunnittelijan briiffaamiseen, eli suunnittelutoimeksiantoon liittyvän osaamistarpeen.

Havainnot ja palaute Havainto-verkoston koulutuksista

Visuaalisen viestinnän perusasioista koostettu yleinen tietosisältö otettiin koulutustilaisuuksissa kohtuullisen kiinnostuneena vastaan. Se ei herättänyt kysymyksiä tai keskustelua. Palaute oli, että sisältö oli hyödyllistä ja antoi ajateltavaa. Varsinaisesti myönteistä reaktiota herättivät selkeät ja helposti käyttöön otettavat työkalut, kuten esimerkiksi lista kuvapankkeista sekä ilmaisista ja helppokäyttöisistä ohjelmistoista. Samoin esitelty janamenetelmä visuaalisen suunnittelun alkukartoitusta varten herätti kiinnostusta.

Koulutuksiin osallistuneet hanketoimijat toivoivat lisätietoa erityisesti oman kuvamateriaalin ja kuvapankin luomisesta sekä tiedon visualisoinnista. Esimerkit, konkretia ja nopealla perehtymisellä viestintätyöhön hyödynnettävät menetelmät ja välineet kiteyttävät toiveet.

Keskustelu Valovirran tuottajan kanssa

Valovirta on Metropolia Ammattikorkeakoulun sisäinen suunnittelutoimisto. Valovirrassa työskentelee Metropolian visuaalisten tutkintojen opiskelijoita työharjoittelussa. Osalle hankejulkaisun taitto saattaa olla ensimmäinen aito asiakastyö. Erityisesti julkaisujen taitot, joihin on rajallinen resurssi, toteutetaan usein Valovirrassa. Niissä tyypillisesti hyödynnetään yleistä taittopohjaa.

Tuottaja kuvasi Valovirran prosesseja hyvin samanlaiseksi kuin ammattitoimistojen. Suurimpana erona on, että Valovirta on oppimisympäristö. Tuottaja koordinoi toimintaa, suunnittelutyön tekevät opiskelijat ja heitä ohjaa alan opettajat. Tämä tarkoittaa väistämättä sitä, että toteutusprosessit ovat pidempiä kuin ammattitoimistoissa. Opiskelijalla ei ole tässä kohtaa uraansa ammattilaisen kokemusta prosessin hoitamisesta tai suunnittelusta.

Ymmärrys prosessin kestosta oli hänen mukaansa olennaisin kehityskohde. Erityisesti tämä liittyy erillisiin visuaalisiin tarpeisiin, kuten kuvatoimitus, kuvitukset, graffitit ja tiedon visualisointi. Näihin tarvittaisiin parempaa ajallista ennakoitua. Opiskelijasuunnittelijat osaavat pystyvät niitä toteuttamaan, mutta toteutukseen tarvitaan riittävästi aikaa.

6.7 Vaihe 1: Tulokset hankejulkaisujen muodon ja käytön analyysistä

Metropolia Ammattikorkeakoulun hankejulkaisujen muotoilun toteuttavat lähes poikkeuksetta visuaalisen suunnittelun ammattilaiset tai alan opiskelijat, eivät hanketoimijat itse. Julkaisujen osalta hanketoimijoiden osaamisen tarve painottuu siten ymmärryksen kehittämiseen liittyen julkaisumuotoilun erilaisiin mahdollisuuksiin sekä perusteluihin erilaisten muotoiluratkaisuiden taustalla. Ymmärryksen lisääntyessä suunnittelijayhteistyö helpottuu. Käytännössä se tulee ilmi hyvänä suunnittelutyön ohjeistuksena taustoitukseensa sekä tarkoituksenmukaisena suunnitteluprosessiin osallistumisena.

Tietomuotoilun perustieto tukee ymmärrystä tietomuotoilun ja visuaalisen viestinnän periaatteista ja merkityksestä osana julkaisumuotoilua ja viestintää. Se edelleen myötävaikuttaa yhteisen kielen syntymiseen suunnittelijoiden kanssa, tukien näin yhteistyötä. Ymmärrys erilaisista mahdollisuuksista edesauttaa tietomuotoilullisesti toimivamman julkaisun suunnittelussa kaikissa julkaisutyypeissä. Tällöin myös visuaalisen suunnittelijan ohjeistus ja työn taustoitus alkaa useamman askeleen edempää.

Hanjulkaisun luettavuus, käytettävyys ja ymmärrettävyys kehittyvät esimerkiksi tukemalla havaintoprosessia visuaalisin maamerkein sekä silmäilyä tukevin elementein. Muotoilulliset asiat eivät vaikuta julkaisun tunnistettavaan lajityypilliseen muotoon, mikäli siitä halutaan pitää kiinni.

Kuvan monipuolisen käyttämisen sekä kuvituksen linjan rakentamisessa lisätieto on tarpeen sekä dokumenttianalyysin että hanketoimijoiden palautteen pohjalta. Suurin osa hankejulkaisuista on perus- tai keskityyppiä, joiden visuaalisuus perustuu painottuneesti käytettävään kuvamateriaaliin.

Tiedon visualisoinnin määrä on hankejulkaisuissa vähäistä. Sen hyödynnettävyys olisi hyvä. Visualisoinnit ovat tehokas väline monimutkaisten ja abstraktienkin asioiden esittämiseen. Ne toimivat asioita selkeyttävänä ja ymmärrystä sekä muistamista tukevana. Erilliset visualisoinnit olisivat myös käyttökelpoisia hankkeesta eri viestintäkanavissa viestittäessä. Tiedon visualisoinnin mahdollisuuksiin innostaminen todennäköisesti hyödyntäisi hankkeita ja hankejulkaisuja. Tiedon visualisointi täytyy suunnitella hyvissä ajoin osaksi julkaisutuotannon prosessia. Sitä ei voi tehdä visuaalinen suunnittelija yksin, vaan yhteistyö sisällön tekijän kanssa on välttämätöntä. Siksi aloitteen olisi hyvä lähteä hankkeesta.

Selkeä käsitys työprosessista, sen olennaisista vaiheista ja molemmin puolin muun muassa tiedollisista ja ajallisista tarpeista prosessin eri vaiheissa, sujuvoittaa yhteistyötä kaikissa konteksteissa. Julkaisun sisällöntuottajan ja hanketoimijoiden roolin ollessa selkeät, se helpottaa myös visuaalisen suunnittelijan työtä.

Hanketoimijoita varten suunnatun julkaisumuotoilua tai yleisemmin viestinnän visuaalisuutta käsittelevän työkirjan ja mahdollisen työpajan olisi esiin nousseen tiedon pohjalta perusteltua sisältää seuraavat neljä osaa:

1. viestinnän visuaalisuuden ja tietomuotoilun perustieto
2. kuva osana viestintää
3. tiedon visualisoinnin hyödyntäminen julkaisuissa
4. suunnittelijayhteistyö, sisältäen myös suunnitteluprosessin perustiedon

Viidenneksi sisällöksi kannattaisi nostaa tekoälyn hyödyntämisen. Vuoden 2021 julkaisuissa ei vielä näy tekoälyn hyödyntäminen, eikä se ollut syksyllä 2022 yleisessä keskustelussa näkyvästi esillä. Tällä hetkellä ja tulevaisuudessa tekoälystä saa julkaisumuotoiluun tukea esimerkiksi otsikoiden sisällönmuotoiluun, tiivistelmien laatimiseen ja kuvituksen tekemiseen.

Työkirjan tyylinä toimisi tämänhetkisen ymmärryksen perusteella ytimekäs ja suoraan hankejulkaisuihin, tai laajennettuna hankeviestintään, liittyvin esimerkein esitetty tieto. Työkirjan tulisi sisältää esimerkkien lisäksi selkeitä malleja, ohjeita ja tarkistuslistoja sekä linkkejä avoimesti saavavilla oleviin työkaluihin ja materiaalipankkeihin.

Työkirjan kehittämisessä seuraava askel voisi olla edellä esitettyjen teemojen ympärille tehtävät ketterät kokeilut kirjan osista tietomuotoilun keskeinen teoria huomioiden ja niiden pohjalta yhteiskehittäminen hanketoimijoiden kanssa. Yhteiskehittämiseen olisi hyvä osallistaa myös visuaalisia suunnittelijoita sekä viestinnän- ja julkaisutiimin asiantuntijoita, jotta eri näkökulmat yhteiseen asiaan pysyvät työssä mukana. Tämä oli alkuperäinen suunnitelma kehittämistyölleni.

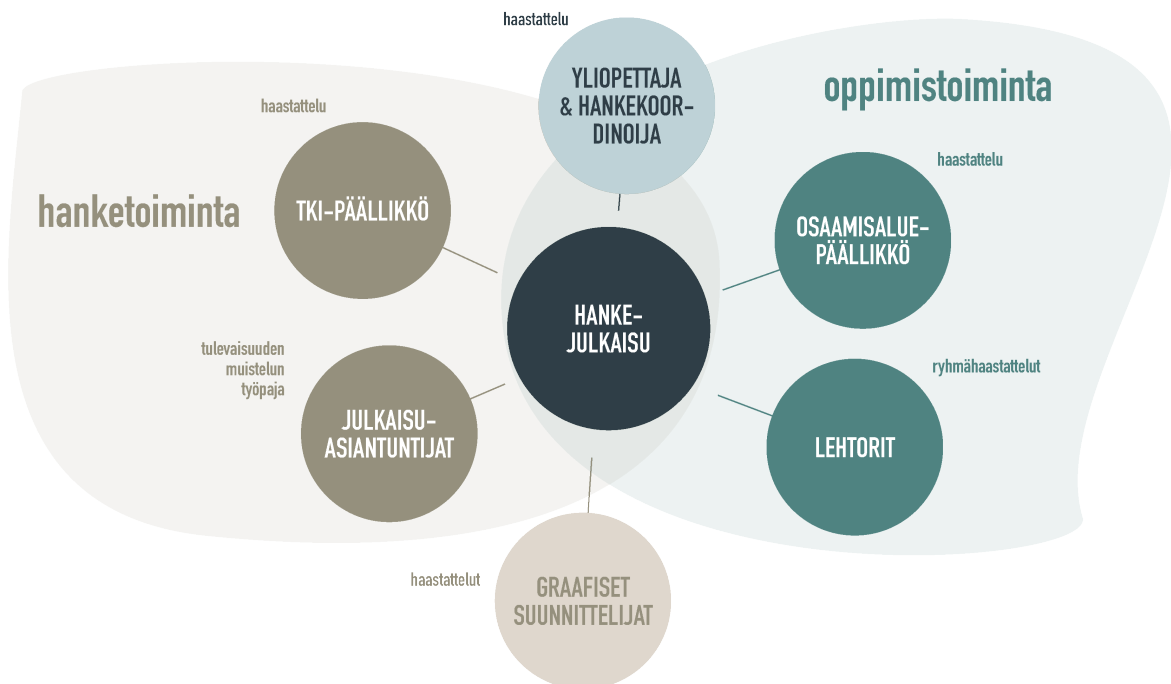
Ymmärrys tietomuotoilusta on tarpeen kaikilla aloilla, myös hanketyössä. Hanketoimijoiden visuaalisen viestinnän osaamista edistämällä voi mitä todennäköisimmin myönteisesti vaikuttaa hankeviestinnän laatuun sähköpostiviestien rakenteen selkeyttämisestä julkaisumuotoilun toteuttajien briiffaukseen. Suoraa yhteyttä julkaisujen hyödyntämisen lisääntymiseen sillä tuskin on, kuten ei ole tietomuotoilun periaatteita noudattavalla yleisellä taittopohjallakaan. Siksi tässä kohtaa päätän olla seuraamatta näitä askelmerkkejä pidemmälle. Tarpeellisemmalta tuntuu tarkastella julkaisujen hyödyntämistä suhteessa valittuun kohderyhmään, ammattikorkeakoulun oppimistoimintaan, sekä ilmiötä osana laajempaa systeemistä kokonaisuutta.

6.8 Vaihe 2: Selvitys hankejulkaisujen hyödyntämisestä oppimistoiminnassa

Muotoilua tehdään kohderyhmälähtöisesti. Julkaisumuotoilun kehittäminen ja sen pohtiminen, miten hankejulkaisuja hyödynnettäisiin enemmän, tarvitsee sekä kohderyhmän määrittelyn että ilmiöön liittyvien eri toimijoiden näkökulmien huomioimisen. Kohderyhmäksi valikoitui oppimistoiminta, koska hanketoiminnan tulosten hyödyntäminen omassa organisaatiossa ja TKIO:n (tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoiminta ja oppiminen) kehittäminen on nostettu Metropolia Ammattikorkeakoulussa organisaatiotason tavoitteeksi.

Kehittämistyötä johdettava pääkysymys on tarkentunut muotoon: **miten hankejulkaisut voisivat nykyistä paremmin juurtua osaksi Metropolia Ammattikorkeakoulun oppimistoimintaa**. Selvitystä lähdettiin tekemään viidestä näkökulmasta (Kuvio 19):

- Opettajien tarpeet suhteessa hankejulkaisuihin; kaksi ryhmähaastattelua.
- Julkaisuasiantuntijoiden visio hankejulkaisujen tulevaisuudesta; tulevaisuuden muistelun -työpaja.
- Graafisten suunnittelijoiden näkemys julkaisujen tulevaisuudesta ja muotoiluun liittyvistä kysymyksistä; kaksi yksilöhaastattelua.
- TKI- ja osaamisaluepäällikön näkemys aiheen merkityksestä ammattikorkeakoulussa; kaksi keskustelua.
- Yliopettajan näkemys hankejulkaisujen juurtumisesta oppimistoimintaan; yksilöhaastattelu.



Kuvio 19: Kehittämistyön toisen vaiheen näkökulmat ja menetelmät.

6.9 Organisaation näkökulma

Organisaation näkökulman ymmärrystä haettiin kahdella keskustelunomaisella haastattelulla osaamisaluepäällikön (1.1.2024 alkaen osaamisaluejohtaja) sekä TKI-päällikön (1.1.2024 alkaen TKI- ja projektipalvelut -johtaja) kanssa. Osaamisaluepäälliköt toimivat Metropolia Ammattikorkeakoulussa hankkeiden rahoittajan edustajana vuoden 2023 loppuun, organisaatiomuutoksen myötä tämä vastuu siirtyi 1.1.2024 innovaatiojohtajille. Kaksi erillistä keskustelua käytiin videovälitteisesti. Päälliköiden aikataulut huomioiden keskustelut olivat lyhyet, alle 20 minuuttiset.

Keskustelut pohjautuivat ennalta valmistelluille kysymyksille, jotka oli annettu päälliköille etukäteen tiedoksi. Kysymykset olivat:

- Minkälainen merkitys hankejulkaisuille on Metropolia-asiassa?
- Entä tutkimus, kehitys ja innovaatiotoiminnan ja opetuksen, TKIO:n osana?
- Mitä tavoitteita ja haasteita asiaan liittyy?

Yleisistä asiakirjoista on luettavissa, että hanketoiminnan vaikuttavuus ja tulosten hyödyntäminen omassa organisaatiossa ovat tärkeitä toiminnan kehittämisen kohteita. Samoin oppimis- ja TKI-toiminnan yhteyden, eli TKIO:n kehittäminen. (Esim. Unkari-Virtanen 2023.) Hankejulkaisut asettuvat potentiaalisesti tämän kokonaisuuden yhdeksi osaksi.

TKI-päällikkö ja osaamisaluepäällikkö vahvistivat nämä myös Metropolia-asiassa esillä oleviksi ja ajankohtaisiksi tavoitteiksi. He pitivät hankejulkaisujen roolia tärkeänä osana hankkeiden tulosten hyödyntämistä sekä hankkeiden potentiaalisena ja toivottuna kohderyhmänä oppimistoimintaa. Molemmat nostivat keskusteluun sen, että hankejulkaisut kerryttävät myös julkaisupisteitä ja sen perusteella organisaation saamaa rahoitusta.

Osaamisaluepäällikkö oli havainnut haasteen hankejulkaisujen vähäisestä hyödyntämisestä opetuksessa ennen keskusteluumme. Hän teki ketterän kokeilun maaliskuussa 2023 pyytäen osaamisalueensa henkilökuntaa listaamaan yhteiseen tiedostoon oppimistoimintaan hyödynnettävissä olevia julkaisuja. Lyhyessä ajassa tiedostoon kertyi tieto yli 70 julkaisusta. Tämä tuskin vaikutti suurelta määrin hankejulkaisujen käyttämiseen, mutta se kasvatti yleistä tietoisuutta julkaisujen suuresta määrästä ja variaatiosta.

Osaamisaluepäällikkö nosti esille haasteen siitä, että hankkeissa tuotettu materiaali hukkuu. Halli-järjestelmässä on kaikki hankkeisiin liittyvä tieto, mutta järjestelmä ei ole käytettävyydeltään toimiva yleiseen tiedonhakuun. Uuden systeemin luomiselle on tarve.

Sekä TKI-päällikkö että osaamisaluepäällikkö kehuivat Metropolian hankehakemusosaimista. Haasteena on sen kehittäminen, miten hankkeiden tuloksia hyödynnettäisiin entistä

paremmin omassa organisaatiossa. Asian kehittämisen vastuu on epäselvä. Osaamisaluepäällikkö toivoo, että kehittämiseen tartutaan organisaatiomuutoksen jälkeen, kun vastuu hankkeista siirtyy osaamisalueilta innovaatiojohtajalle. Hän tunnistaa paineen hankesuunnitelmavaiheessa. Hankkeiden tulosten hyödyntämistä tulisi pohtia jo silloin. Samoin hän tuo esille, että hankkeiden ja opetussuunnitelmien välille tulisi syntyä selkeämpi yhteys, jotta hanketyö tukisi oppimistoimintaa.

TKI-päällikkö nosti esiin erityisesti tarpeen hanketoimijoiden tukipalveluiden kehittämisestä yleisesti. Hankkeen aikaisia tukipalveluja on toistaiseksi olemassa vähän. Olemassa olevissa tukipalveluissa henkilöstön kuormitus on hänen mukaansa huolestuttavaa. Esimerkiksi TKI-viestintää koordinoi yksi henkilö, hänen työnkuvaansa ei ole mahdollista laajentaa. Päinvastoin työtä olisi tarpeen jakaa useammalle. Julkaisutiimin kaksi kokoai-kaista ja yksi osa-aikainen asiantuntija ovat täystyöllistettyjä julkaisutoiminnan koordinoinnissa ja kustannustoimituksessa.

Liiketoiminta on TKI- ja oppimistoiminnan lisäksi ammattikorkeakoulun ydintoimintaa. TKI-päällikkö pohti, että esimerkiksi esillä oleva täydennyskoulutuksen, maksullisen non-formaalin koulutuksen kehittäminen on yksi konteksti, jossa TKI ja oppimistoiminta kohtaavat ja missä hankejulkaisuilla voisi olla olennainen rooli.

6.10 Hankejulkaisujen tulevaisuus julkaisutiimin näkökulmasta

Hanjulkaisujen ja julkaisutoiminnan toivottujen kehityssuuntien, tulevaisuusskenaarioiden tunnistamiseksi toteutettiin julkaisutiimin kanssa tulevaisuuden muistelun työpaja. Työpajaan 17.4.2023 osallistui koko kolmijäseninen julkaisuasiantuntijoiden tiimi, osana vi-deovälitteistä tiimipalaveria.

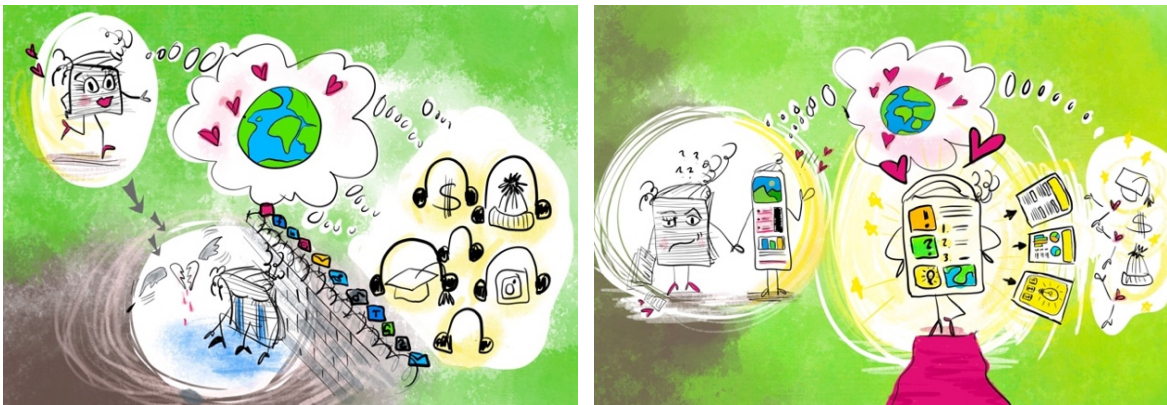
Työpaja sisälsi alkuvirittäytymisen, lyhyen alustuksen aiheeseen liittyvistä tulevaisuuske-naarioista, tulevaisuuden muistelu -menetelmällä toteutetun osuuden sekä lopetuksen. Työpajan keskeinen sisältö oli tulevaisuuden muistelu -menetelmällä toteutettu osuus. Työ-pajan lopuksi oli mahdollista antaa palautetta sekä aiheesta että työpajasta.

Tulevaisuusskenaario -alustus

Hanjulkaisuja sivuavia tulevaisuuden ennakoituja kehityssuuntia, trendejä, nostettiin alustuksessa esille kolme. 1) Tiedon tuotannon ja välittämisen tapojen mullistuminen. Tä-hän liittyy erilaisten alustojen kehittyminen, tekoälyn mukaan tuleminen sekä vastuullisuuden korostuminen tiedontuotannossa ja tiedonlukutaidon kasvava merkitys. 2) Datan tulkinnan ja hyödynnettävyyden merkityksen korostumisen. Avoimelle datalle on tarve. Samalla tiedon ja datan määrä lisääntyy voimakkaasti. Datan saattaminen

vastaanottajalle suoraan hyödynnettävään ja luotettavaan muotoon korostuu. 3) Etä- ja hybridityön sekä virtuaaliympäristöjen yleistymisen. Tähän liittyy myös ajatus tuotteiden ja palveluiden kustomoinnin sekä monimediaisuuden yleistymisestä, samoin on- ja off-line ta- sapainosta niin työssä kuin vapaa-ajalla. (Sitra 2023; Trendhunter 2023).

Julkaisutiimille esiteltiin myös kaksi ruutua kuvakertomuksesta, jolla on visualisoitu kehittä- mistyön julkaisumuotoiluun liittyvää hypoteesia osana tieteen visualisoinnin opintojaksoa (kuvat 1–2). Sen pohjana on edellä mainitut trendit. Tarinan pääpiirteet ovat, että intohimolla ja yhteiskunnan kehittämiseen suurella sydämellä suuntautuva Terhi Tekstimassa ei löydä kavereita sosiaalisen median, mobiililaitteiden ja -sovellusten maailmassa. Kuvioon astuu ystävällinen Mainio Muotoilu. Hän näyttää Terhille, miten sisällöllinen timantti muotoilun avulla hioutuu eri kohderyhmät tavoittavaksi. Yhteinen kehittämisen tavoite voi edetä.



Kuvat 1–2. Kehittämistyön julkaisumuotoiluun liittyvä hypoteesi.

Tulevaisuuden muistelu -menetelmä

Tulevaisuuden muistelu on ennakointidialogeihin kuuluva menetelmä. Se valikoitui mene- telmäksi, koska se on sekä työpajan fasilitoijalle että osallistujille nopeasti hahmottuva ja tulevaisuusajattelua tukeva. Sen avulla konkretisoidaan visiota toivotusta tulevaisuudesta. Menetelmä on kolmivaiheinen, kolmen pääkysymyksen kautta etenevä. Ensin asetetaan tiettyyn ajankohtaan tulevaisuudessa ja keskustellaan siitä, miten asiat ovat ideaalitilan- teessa. Ajankohta määritellään aiheen mukaan sopivan kauaksi, jotta on realistista ajatella, että muutosta on ehtinyt tapahtua. Tämän jälkeen pohditaan niitä seikkoja, jotka vaikuttivat siihen, että kuvattuun tilanteeseen päästiin. Kolmanneksi palataan nykyhetkeen ja an- ne- taan ääni huolille, mitä asiaan tässä hetkessä liittyy. Tulevaisuuden muistelu soveltuu monille eri aloille ja konteksteihin, ei kuitenkaan silloin, jos osallistujien näkemykset eroavat toisistaan erityisen paljon. (Kokko 2007.)

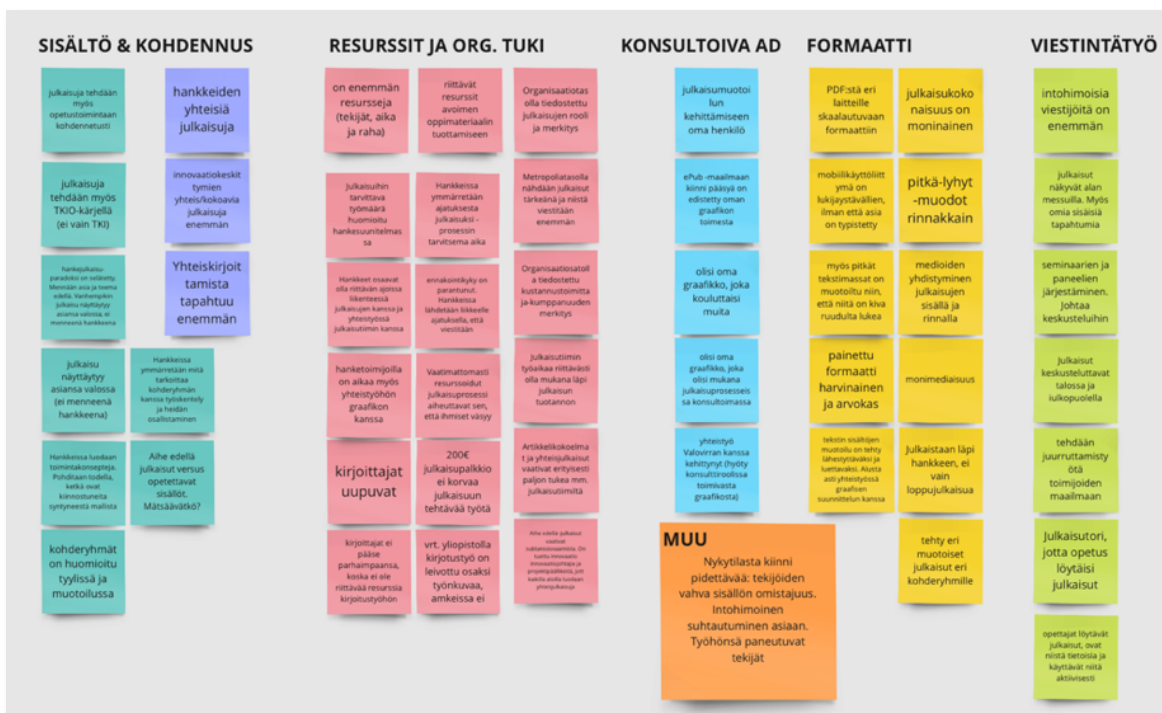
Tulevaisuuden muistelu -osion ensimmäisen vaiheen kysymys esitettiin muodossa: On vuosi 2030 ja kaikki on erinomaisesti. Metropolian hankejulkaisut vastaavat käyttäjiensä

tarpeita ja hankkeiden vaikuttavuus on sitä kautta lisääntynyt. Erityisesti oppimistoiminta on ottanut hankejulkaisut aktiiviseen käyttöön. Millaisia hankejulkaisut ovat? Toisen vaiheen kysymys esitettiin muodossa: Mitä on täytynyt tapahtua, jotta kuvaamaan tilanteeseen on päästy? Kolmannen vaiheen kysymys oli: On 17.4.2023 Mikä huolettaa? Mitä nykyisestä tulisi ehdottomasti säilyttää? Kysymyksistä viimeinen ei kuulu tulevaisuuden muistelu menetelmään, se oli erillinen lisäys lisäykseen. Nykytilan monista hyvistä puolista kertomisen mahdollistaminen koettiin tarpeelliseksi.

Tulevaisuuden muistelu -työpajan analysointi

Työpajan analysoinnissa käytettiin menetelmänä aineistolähtöistä ryhmittelyä ja teemoittelua, haastatteluja vastaavalla tavalla. Sisällöstä kumpusi viisi teemaa liittyen julkaisutiimin visioimiin hankejulkaisujen kehityssuuntiin (kuva 3):

1. julkaisujen sisältöjen kohdentuminen oppimistoimintaan
2. julkaisuformaattien kehittäminen monimuotoisiksi ja erilaisilla laitteilla käytettäväksi
3. konsultoiva graafinen suunnittelija mukaan julkaisutiimiin
4. aktiivinen tapahtumallinen viestintätyö
5. riittävät resurssit hanketoimijoille ja julkaisutiimille



Kuva 3: Julkaisutiimin työpajassa esiin nousseet aiheet teemoiteltuna.

Käsittelyn yhteydessä olevissa sitaateissa ei ole eritelty kenen julkaisuasiantuntijan sanoma asia oli. Samanmielisyyttä ja -suuntaisuutta oli keskustelussa erityisen vahvaa. Erikseen on mainittu, mikäli ajatus oli vain yhden tai kahden julkaisuasiantuntijan esille tuoma.

Julkaisujen sisältöjen kohdentuminen oppimistoimintaan

Julkaisutiimi toi esille, että ylipäättään aihe edellä tehdyt julkaisut kestävät aikaa paremmin kuin hankkeen raportointi. Tämä on jatkuvasti esillä oleva aihe julkaisuja suunniteltaessa. Lähtökohtaisesti työelämään tuotetut aihepähtöiset julkaisut ovat julkaisutiimin näkökulmasta relevantteja myös ammattikorkeakouluopetuksessa, jonka tavoitteena on valmistaa tulevaisuuden työelämän toimijoita.

Ammattikorkeakoulun oppimistoiminnassa hankejulkaisuja hyödynnettäisiin julkaisutiimin mukaan todennäköisesti enemmän, jos sisällöt kohtaisivat opintojaksosisällöt, tai julkaisut olisivat lähtökohtaisesti selkeämmin sinne kohdennettuja. Kohdentumista edesauttaisi kohderyhmän osallistaminen prosessin eri vaiheissa.

Hankkeiden yhteisjulkaisujen sekä innovaatiokeskittymien yhteisten kokoavien julkaisujen tuottaminen laajentaisi julkaisutiimiläisten mukaan kosketuspintaa suhteessa kohderyhmiin. Yhtenä näkökulmana keskustelussa tuli esiin myös TKIO:n sekä avointen oppimateriaalien kehittäminen, mikä on yksi ammattikorkeakouluilta vaadittava kehityssuunta. Tämä voisi tulevaisuudessa näkyä enemmän myös julkaisutoiminnassa.

Julkaisuformaattien kehittäminen monimuotoisiksi

Julkaisualusta ja julkaisujen erilaiset formaatit nousivat keskustelussa vahvasti esiin. PDF-tiedostoista tulisi julkaisutiimin mukaan päästä eri laitteille skaalautuviin formaatteihin niin, että pidempiäkin tekstejä olisi miellyttävä lukea niiden välityksellä. Myös mobiilikäyttöliittymän tulisi olla lukijaystävällinen. Julkaisuformaatti on pääosin sähköinen jo nyt ja varsinkin tulevaisuudessa. Sisällön ja muotoilun suunnittelua tulisi julkaisutiimin mukaan tehdä sitä silmällä pitäen. Formaateista painetun formaatin julkaisutiimi uskoo säilyvän mukana, harvinaisena ja arvokkaana hankejulkaisun muotona.

Julkaisutiimin hankejulkaisujen tulevaisuuden visiossa julkaisuissa yhdistyisivät erilaiset mediat ja yhdestä sisällöstä tuotettaisiin julkaisurypäs. Ääni ja kuva kohtaisivat tekstin ja julkaisumuotoilun. Yhdestä julkaisusta tuotettaisiin eri versiot, kuten pidemmän raportin rinnalle lyhyemmät kohdennetut muodot. Yhdestä sisällöstä muodostuisi julkaisurypäs, jossa olisi eri medioihin ja erilaisiin käyttötarkoitukseen istuvat muodot. Näin julkaisukokonaisuudesta löytyisi myös opetukseen kulloinkin sopiva versio.

Konsultoiva graafikko osaksi julkaisutiimiä

Nykyhetkessä julkaisumuotoilua ei julkaisutiimin toiminnassa ehditä huomioida, totesivat kaikki julkaisutiimin jäsenet. Tiimiin tarvittaisiin heidän mukaansa asiantuntija kehittämään julkaisumuotoilua. Hän koordinoisi, konsulttoisi ja kouluttaisi julkaisujen tekijöitä. Hän

vastaisi myös yleisistä kaikkia hyödyttävistä materiaaleista ja niiden päivittämisestä, kuten yleinen taittopohja. Yksi julkaisuasiantuntijoista korosti, että erityisesti mikäli avoimen oppimateriaalin kehittämiseen tartutaan, olisi omalle konsultoivalle graafikolle suuri tarve.

”Ihan aidosti, jos haluttaisiin hioa julkaisuja ja että syntyisi tietoisuutta siitä, mitä kaikkea tarvitaan, tarvitaan graafikko, jonka kanssa voisi tehdä yhteistyötä. Hän myös kouluttaisi sillä tasolla, miten tärkeitä on ne ratkaisut mihin muodolla päästään.”

Keskustelussa pohdittiin myös yhteistyötä ja sen kehittämistä talon sisäisen suunnittelutoimisto Valovirran kanssa. Konsultoiva graafikko toimisi linkkinä sinne yhteistyötä kehittäen. Tästä hyötyisivät niin julkaisujen tekijät, Valovirrassa työskentelevät opiskelijat kuin julkaisujen käyttäjät. Konsultoiva graafinen suunnittelija olisi julkaisutiimin mukaan tärkeässä roolissa myös pdf-formaatista skaalautuviin formaatteihin siirtymisessä.

Aktiivinen tapahtumallinen viestintätö

Julkaisujen hyödyntämistä tukemaan tarvitaan intohimoisia viestijöitä, oli julkaisutiimin selkeä nosto. Viestintävastuu on tällä hetkellä painottuneesti julkaisujen tekijöillä. Julkaisutiimin työtehtäviin viestintä ei nykyisellään mahdu ja organisaation viestinnässä julkaisuja ei juurikaan huomioida. Julkaisujen kytkeytyminen organisaation viestintään olisi olennainen julkaisutiimiläisten toivoma kehityssuunta. Viestinnässä olennaista olisi, että julkaisut näyttäytyvät aihe edellä. Opettaja ei tyypillisesti etsi tietoa hankkeesta, vaan tietystä aiheesta opintojaksoonsa liittyen.

Keskustelussa nousi esiin tapahtumallisen viestinnän lisäämisen tarve. Alan messuilla näkyminen sekä omien tapahtumien, kuten seminaarien järjestäminen johtaisi kohtaamisiin ja keskusteluihin, joihin julkaisut kiinnittyvät. Opettajia varten esimerkiksi säännöllinen kausittainen julkaisutori voisi julkaisutiimin mukaan toimia viestintää tukemassa. Ajatus siitä, että keskeisessä roolissa on nimenomaan ajankohtainen keskustelu, johon julkaisut kiinnittyvät ja joita julkaisut kiteyttävät sai kaikkien julkaisuasiantuntijoiden kannatuksen.

Riittävät resurssit hanketoimijoille ja julkaisutiimille

Kehittämisen ja kehittymisen mahdollistaa riittävät resurssit ja ymmärrys prosessin tarvitsemasta ajasta, totesivat julkaisuasiantuntijat. Sekä julkaisujen sisällön tuottamisen, muotoilun että kustannustoimittamisen resursointi näkyisi julkaisutiimin mukaan julkaisutoiminnan ja julkaisujen kehittymisenä. Tämä tarkoittaisi sitä, että hankesuunnitelmissa olisi realistisesti huomioitu hanketoimijoiden julkaisuihin tarvitsema työaika sekä ostopalveluna tarvittava työ, jolloin ne mahdollistuisivat hankkeiden arjessa. Julkaisuprosessit olisi sisällytetty hankkeen prosesseihin. Julkaisutiimiin oltaisiin yhteydessä hyvissä ajoin ja

julkaisujen sisältöä tuottavilla henkilöillä olisi aikaa työskennellä myös graafikon kanssa. Julkaisutiimillä olisi riittävästi työaika osallistua prosessin eri vaiheisiin.

”Graafinen muotoilu jää. Sen kaikkia mahdollisuuksia ei käytetä sen takia, että se tulee kiireisen prosessin loppuvaiheessa, kun tekstiin ja ilmaisuun liittyvät ratkaisut on jo tehty.”

Julkaisutiimin jäsenet toivat vahvasti esiin huolen intohimolla aiheeseensa suhtautuvista, mutta uupuvista kirjoittajista, joiden työaikaan kirjoitustyötä ei ole huomioitu. Yön tunteina tai työpäivän lomassa kiireessä kirjoittava asiantuntija ei voi pystyä parhaimpaansa. Tämä huokuu julkaisutiimin mukaan tekijöistä tympääntymisenä prosessiin ja tyytymättömyytenä lopputulokseen.

Kirjoittajien vahva omistajuus julkaisujen sisältöön on kaikkien tiimin yhteisesti esille tuoma, keskeinen tästä hetkestä vaalittava asia. Parhaat julkaisut syntyvät tekijänsä intohimoisesta asenteesta sisältöä kohtaan.

Julkaisutiimin selkeä toive tulevaisuuteen oli, että resursoinnissa näkyisi arvostus julkaisu-toimintaa kohtaan. Se näkyisi julkaisujen roolin ja merkityksen tiedostamisena osana ammattikorkeakoulun toimintaa, jolloin se näkyisi myös organisaation viestinnässä. Julkaisutiimi tunnistettaisiin enemmän kumppanina kuin portinvartijana.

”Tulisi miettiä koko homman merkitystä talon kannalta. Näyttäisikö me jos-sain julkaisijana? Onko Metropolissa mietitty julkaisujen rooli toiminnan kannalta?”

Sisältöjen kehittämiseen ja resursointiin liittyvänä yksittäisenä asiana keskustelussa nousi esille yhteisjulkaisujen tukeminen. Innovaatiojohtajia ja hankkeiden projektipäälliköitä tulisi julkaisutiimin mukaan tukea niin, että kaikilla aloilla luotaisiin yhteisjulkaisuja riippumatta aiemmasta kirjoitustaustasta. He muistuttivat, että yhteisjulkaisuihin tarvitaan tukea sekä organisaation tasolta että prosessin aikana julkaisutiimiltä.

Teemoja sivuavana, mutta hivenen erillisenä aiheena keskustelussa käväisi ajatus julkaisun tekemisestä liittyen oppimateriaalin tuottamiseen ja julkaisemiseen. Tämä voisi olla yksi tulevista TKIO-reseptikirjoista. TKIO-reseptikirjoja on toteutettu eri teemojen ympärille jo useampia, julkaisutiimin käsityksen mukaan niitä tullaan tuottamaan myös lisää.

Palaute tulevaisuuden muistelun työpajasta

Työpaja otettiin vastaan positiivisesti. Aihetta pidettiin tärkeänä ja toteutustapaa sopivan avoimena, yhteisen keskustelun mahdollistavana. Julkaisuasiantuntijat tunnistivat tiimin sisällä vahvan samansuuntaisen visioinnin. He totesivat keskustelun selkeyttäneen ja

koonneen ajatuksia, joita arjen työtehtävien ohessa sivutaan. Suurin huoli liittyi siihen, tulisiko visioidun kehityssuunnan mukaisia toimia koskaan tapahtumaan.

6.11 Julkaisutoiminnan kehittäminen graafisten suunnittelijoiden näkökulmasta

Julkaisumuotoilua toteuttavat pääasiassa ammattigraafikot, joilta työ tilataan ostopalveluna. Joissakin isoissa hankkeissa on työsuhteessa osa-aikainen graafikko. Graafisen suunnittelijan näkökulmaan perehdyttiin haastattelemalla kahta talon ulkopuolista suunnittelijaa. Haastateltaviksi valittiin henkilöt, joilla on kokemusta Metropolian hankejulkaisujen suunnittelusta ja toteuttamisesta. Molemmat haastattelut kestivät noin 45 minuuttia, ne toteutettiin videovälitteisesti. Molemmat haastattelut pohjustettiin lyhyellä tulevaisuusskenaariolla, samoin kuin julkaisutiimin työpaja.

Haastattelukysymykset olivat:

- Miltä hankejulkaisut näyttävät vuonna 2030?
- Miten sinne päästään? Mikä nykyisessä toimii? Mitä pitäisi kehittää?
- Miten edistää yhteistyötä hanketoimijoiden kanssa?

Graafisten suunnittelijoiden haastatteluaineistosta muodostui seuraavat teemat:

1. Julkaisujen kehityssuuntana hybridijulkaisut
2. Muotoilu on osa julkaisun sisältöä ja kohdentamista
3. Tarjouspyyntö ja toimeksianto ohjaavat suunnittelijan työtä
4. Yhteinen prosessi tukee sekä kirjoittajaa että graafikkoa

Julkaisujen kehityssuuntana hybridijulkaisut

Kysymykseen, miltä hankejulkaisut näyttävät 2030, molemmat graafikot vastasivat nopeasti ja hyvin samansuuntaisesti: painetun julkaisun määrä vähenee entisestään ja digitaaliset monimediaiset formaatit tulevat. Toisaalta painetun formaatin häviämiseen ei uskonut kumpikaan haastatelluista. Sen asema pysyy heidän mukaansa tulevaisuudessakin elinkaareltaan pitkiksi suunniteltujen julkaisujen muotona.

Digitaalinen julkaisu ei ole heidän mielestään vähemmän arvostettu, kunhan se on laadukkaasti tehty. Sillä on omat hyvät puolensa, joihin on jo totuttu ja johon painettu julkaisu ei pysty. Digitaalinen formaatti esimerkiksi tukee julkaisun leviämistä ja mahdollistaa monimedialisuuden.

”Liikkuvan kuvan ja äänen käyttö on koko ajan lisääntynyt. Ja ehkä siinä rinnalla käydään myös ajankohtaista sosiaalisen median keskustelua.”

Toinen haastatelluista toi esille, että toistaiseksi keskitytään edelleen saavutettavuusosaamiseen, pdf-julkaisujen tekemiseen saavutettaviksi. Tulossa oleva seuraava askel on siirtyminen pdf-julkaisuista muihin digitaalisiin formaatteihin.

Haastatteluissa kysyttiin erikseen graafikoiden suhtautumisesta mobiililaitteisiin ja mobiilikäytön huomioimisesta suunnittelutyössä, mikä nousi esille julkaisutiimin työpajassa. Pitäisikö mobiili käyttöympäristö ottaa paremmin huomioon julkaisusuunnittelussa ja julkaisujen formaatissa? Mobiililaitteita käytetään julkaisujen lukemiseen muun muassa paikasta toiseen siirryttäessä ja arjen keskelle jäävissä rakosissa, jolloin ei välttämättä ole pääsyä muulle laitteella. Se on aina mukana. Suunnittelijat toivat esille, että pdf-formaatti ei skaalautumattomuutensa vuoksi istu mobiiliympäristöön. Myös visualisoinnit tai interaktiiviset tehtävät ovat haastavia tai jopa mahdottomia vastaanottaa mobiilissa.

Keskusteluissa tuli esille monia puolia asiaan. Mobiilikäyttöliittymiin suunnitellaan helppoa selattavuutta ja visuaalisuutta. Mobiilia varten tuotettu sisältö on nopeasti luettavaa, sisältönsä hyvin tiivistä. Tiedon välittymisen kannalta edellä mainitut piirteet näyttävät positiivisina. Toisaalta tukemalla tätä kehityssuuntaa myös jaettavan tiedon määrä tiivistyisi jatkuvasti. Syvällisempi, perusteltu tieto on monissa yhteyksissä olennaista.

Haastatteluissa pohdittiin julkaisutiimin esille tuomaa ajatusta siitä, että yhdestä sisällöstä tuotettaisiin useamman julkaisun kokonaisuus. Pidemmän, tekstipainotteisemman julkaisun rinnalla olisi esimerkiksi lyhyempi formaatti sekä visuaalisempi tekstin ydinsisältöön keskittyvä versio. Molemmat suhtautuivat ajatukseen hyvänä mahdollisuutena, joka olisi toteutettavissa kohtuullisella lisätyöllä. Julkaisurypäs palvelisi lukijoita uudella, eri kohderyhmiä ja käyttötarkoituksia erityisesti huomioivalla tavalla.

Muotoilu on osa julkaisun sisältöä ja kohdentamista

Suorastaan itsestään selvänä asiana suunnittelijat sivusivat sitä, että visuaalisuus on osa julkaisujen sisältöä. Asiasisältö on julkaisujen ydin, mutta sillä on aina muoto. Se miten tieto muotoillaan, on vahvasti yhteydessä siihen, miten sisältö hahmotetaan ja otetaan vastaan, tämä suunnittelijoiden mukaan unohtuu sisällön tuottajilta yllättävän helposti.

”Eihän kukaan rumaa julkaisua halua tai tylsän näköistä. – Aika usein menään asiantuntijuus edellä, eikä mietitä sitä, miten vastaanottaja sen kokee.”

Haastatteluissa nousi esiin julkaisujen kohdentaminen. Molemmat suunnittelijoista kertoivat, että kohdentamista ajatellaan julkaisuprosesseissa jossain määrin. Kumpikin kuitenkin totesi, että sitä ei pohdita kovin tarkasti. Kohdentaminen jää yleiselle tasolle. Sen kehittämiseen voisi heidän mukaansa ottaa mallia esimerkiksi markkinoinnissa ja tuotemuotoilussa käytettävistä menetelmistä.

Molemmat suunnittelijat muistuttivat, että julkaisun sisältö myös ohjaa muotoilun kohdentamista. Akateeminen raportti vie visuaalista muotoa omaan suuntaan, opaskirja omaansa. Vastaavasti muoto kohdentaa sisältöä.

Tarjouspyyntö ja toimeksianto ohjaavat työtä

Tarjouspyynnön ja toimeksiannon merkittävä rooli nousi tärkeäksi aiheeksi molempien suunnittelijoiden haastattelussa. Suunnittelijan työ alkaa tarjouksen laatimisesta tarjouspyynnön pohjalta. Hyväksytyin tarjouksen jälkeen suunnittelutyöhön saadaan tarkempi toimeksianto, ammattikielellä briiffaus, joka ohjeistaa ja taustoittaa työtä. Molemmilla on keskeinen rooli suunnittelijalle.

Molemmat suunnittelijat toivat esiin haasteen puutteellisista tarjouspyynnöistä. Graafinen suunnittelija arvioi työhön tarvitsemaansa aikaa tarjouspyynnössä olevan tiedon pohjalta. Sen perusteella hän muodostaa tilaajalle arvion hinnasta ja aikataulusta.

”Välillä tapahtuu sitä, että tarjouspyynnössä on muotoiltu jollain tavalla ja siten kun hommaan päästään käsiksi, työ on jotain muuta. Tulee kiusallisia tilanteita, kun tietää, että työmäärä voi olla vaikka kolminkertainen siihen verrattuna, mitä on arvioinut alkuperäisten speksien pohjalta.”

Erityisen paljon väärinarviointia tarjouspyynnöissä suunnittelijoiden kokemusten pohjalta tehdään kuvitukseen liittyen, niin piirroskuviin kuin tiedon visualisointiin. Niihin tarvittavan työajan ja taustiedon ymmärrys ei ole selkeää. Suunnittelijat toivat esille, että riittävästi informaatiota sisältävän tarjouspyynnön tekeminen vaatii asian ymmärtämistä, samoin varsinainen toimeksianto. Molempiin liittyy heidän mukaansa se, miten tilaaja osaa ajatella julkaisun visuaalista muotoa.

Tarjouspyyntöjä voisi suunnittelijoiden mukaan parantaa sillä, että tarjouksen mukaan liitetäisiin raakaversio tekstisisällöstä tai sen osasta. Konkreettinen materiaali auttaisi graafista suunnittelijaa kysymään lisäkysymyksiä, tekemään alustavan ehdotuksen muotoilun suunnasta ja siten tarkemman tarjouksen. Molemmat toivat esille, että pelkästään sanallisesti visuaalisista asioista kommunikointi vie helposti väärille urille. Visuaalisten referenssien käyttö auttaa ymmärtämisessä. Niiden käyttö olisi suunnittelijoiden mukaan erittäin suositeltavaa sekä tarjouspyyntö- että toimeksiantovaiheessa.

Suunnittelijoilta kysyttiin mielipidettä ajatuksesta, että hankejulkaisun kirjoittajille olisi tarjolla koulutusta visuaalisesta suunnittelusta ja julkaisumuotoilusta. Molemmat pitivät ajatusta hyvänä. Ymmärryksen ja osaamisen kehittyminen heijastuisi heidän mukaansa todennäköisesti sekä parempina tehtävämääräittelyinä, mahdollisuuksien näkemisenä ja muutoinkin positiivisesti yhteiseen ideointiin ja koko julkaisuprosessiin.

Haastatteluissa sivuttiin myös sitä, mitä suunnittelijat ajattelevat raamien asettamisesta suhteessa luovaan työhön. Molemmat toivat esille, että tilaajalla on usein käsitys, että tiukat raamit tai ideoiden esittäminen kahlitsevat tekijää. Tosiasiassa suunnittelijoiden kokemus on toinen. Raamit toimivat luovuutta vapauttavana. Viestintää tehdään tietyin ehdoin, jonkin asian tulee välittyä määritellylle kohderyhmälle. Sekä tämä tieto että ymmärrys tilaajan tyylillisistä ja esteettisistä toiveista antavat suunnittelijalle hyvän lähtöpisteen. On turvallista lähteä suunnittelemaan, kun halutusta suunnasta on hyvä ymmärrys.

Yhteinen prosessi tukee sekä julkaisun kirjoittajaa että graafikkoa

Molemmat suunnittelijoista näkivät yhteissuunnittelussa ja prosessin kehittämisessä paljon mahdollisuuksia tulevaisuutta ajatellen. He painottivat, että yhteistyö on positiivista ja toimivaa nykyiselläänkin, mutta yhteisen prosessin kehittäminen palvelisi sekä visuaalisen suunnittelijan että kirjoittajan työtä ja sen myötä lopputulosta. Haasteena ovat heidän mukaansa tällä hetkellä tiukat aikataulut, suunnittelijan prosessiin kutsumisen myöhäinen ajankohta ja ohut ymmärrys muotoilun mahdollisuuksista.

Suunnittelijat toivat esille sen, että heidät pyydetään hyvin tyypillisesti julkaisuprosessiin sen viime metreillä, kun tekstisisältö on jo valmis tai hyvin lähellä valmista. Tällöin ei ole mahdollisuutta muotoiluideoiden testaamiseen tai yhdessä kirjoittajien kanssa ideointiin. On tehtävä työtä suoraviivaisesti totutuin ratkaisuin. Hyviä lopputuloksia kokenut suunnittelija voi saada aikaan näinkin, totesi toinen suunnittelijoista, mutta kiireinen prosessi sisältää paljon hukattuja mahdollisuuksia.

”Osittain projekteissa on tilanne, että nyt meillä on tää materiaali ja pitää julkaista tässä aikataulussa. -- Ei siinä ole pokkaa sanoa, että hei tehdään toisella tavalla, varsinkaan jos se vaatii tekstin muotoilemista uusiksi.”

Yhteiskehittämisellä ideat jalostuisivat, pohtivat molemmat suunnittelijat. Asiasisällössä kiinni oleva kirjoittaja ei usein ole visuaalisen ajattelun asiantuntija, hän hyötyisi julkaisumuotoilullisten ideoiden konkretisoitumisesta. Ja toisin päin, ilman ymmärrystä sisällöstä ja tavoitellusta kohderyhmästä on haastava antaa tekstille sopiva muoto.

Molemmat suunnittelijat kertoivat hankejulkaisuprosesseissa huomioivansa sen, että tekstisisällön tuotanto vie tilaajan ajan ja huomion. Muotoilun pohtiminen yhdessä ei ole automaattinen osa prosessia. He toivat esille, että se voisi tukea ja jopa helpottaa myös sisällön työstämistä. Muotoilua pohtiessa suunnittelija väistämättä ajattelee sisältöä sitä rakenteellisesti jäsentäen, tämä pääsääntöisesti tukee loogisen rakenteen muodostumista myös tekstisisältöön.

”Ehdotan, että eikö tän voisi jotenkin visualisoida ja tää voisi olla kainalojuttu, että ne ei olisi leipätekstin joukossa. Jolloin saattaa tulla, että hei mepä kirjoitetaan teksti uusiksi, koska tää on paljon parempi idea.”

Erityisesti tiedon visualisoinneissa substanssiosaajaan ja visuaalisen suunnittelijan yhteistyö on välttämätöntä, muistutti toinen suunnittelijoista. Visualisointi vaatii muotoilijalta erityisen hyvää ymmärrystä tietosisällöstä, jotta sille on mahdollista löytää muoto, joka välittää tiedon mahdollisimman ymmärrettävästi vastaanottajalle.

Suunnittelijat esittivät samansuuntaisesti, että yhteinen prosessi voisi rakentua yhteisen ideoinnin jälkeen sovituille välietapeille. Julkaisumuotoilun muotoutumista tarkasteltaisiin yhdessä eri vaiheissa ennen sen lopullista työstämistä. Tämä vaatisi uskallusta antaa tekstiä käyttöön jo raakavaiheessa sekä suunnittelijalle mahdollisuutta ilman painetta esitellä työn raakavaiheita. Toinen suunnittelijoista toi esille, että raakavaiheessa muutostoiveet ovat kaikille osapuolille helpompia ottaa vastaan ja mahdollisempia toteuttaa. Molemmilla suunnittelijoilla on ollut hyviä kokemuksia myös visuaalisuudesta käsin ajatelluista julkaisuprosesseista, haastattelussa keskityttiin kehittämisajatuksiin.

6.12 Lehtoreiden näkemys hankejulkaisuista opetusmateriaalina

Ymmärrystä lehtoreiden tarpeista liittyen opetusmateriaaleihin kartutettiin kahdella ryhmähaastattelulla. Toiseen haastatteluista osallistui kaksi lehtoria ja toiseen kolme. Jälkimmäiseen osallistui lisäksi yksi muussa toimenkuvassa koulutusta tekevä henkilö. Lehtorit edustivat kolmea eri tutkinto-ohjelmaa kolmelta eri Metropolia Ammattikorkeakoulun osaamisalueelta, kulttuurin, liiketalouden sekä sosiaali- ja terveysalan. Osa heistä toimii opetustyön ohella myös hankkeissa. Molemmat ryhmähaastattelut toteutettiin ennalta sovitusti osana virkistyspäivää, sellaisessa kohdassa, jossa ei ollut muuta ohjelmaa. Toinen haastatteluista oli kestoltaan noin 45 ja toinen 25 minuuttia.

Ryhmähaastatteluiden kysymykset olivat:

- Minkälaista materiaalia olet viimeksi etsinyt tai käyttänyt opetusmateriaalina?
- Minkälaista materiaalin tulee olla, että ottaisit sitä käyttöön?
- Miten hyödynnät hankejulkaisuja opetusmateriaalina?
- Minkälaisia hankejulkaisujen pitäisi olla, että käyttäisit niitä enemmän?

Teemoja opettajien ryhmähaastattelujen pohjalta muodostui kolme:

1. Julkaisujen sisällön yhteys opetettavaan sisältöön
2. Julkaisun kielen ja muodon toimivuus opetukseen
3. Julkaisujen löydettävyys

Julkaisujen sisällön yhteys opetettavaan asiaan

Käytännössä sisältö ratkaisee sen, sopiiko julkaisu tai sen osa opetusmateriaaliksi, totesivat kaikki opettajat. Opettajat kertoivat päivittävänsä opintojaksoja säännöllisesti, se on olennainen osa työtä. He etsivät tietoa siitä, mikä on ajankohtaista ja tuoretta omiin vastuupintoihin liittyen sekä ylipäätään omalla alalla.

Opettajat kertoivat kokevansa hankejulkaisut sisällöltään usein opetettavista sisällöistä sivuun menevinä. Opettajilla on tunne, että hankejulkaisujen hyödyntäminen opetusmateriaalina vaatisi ylimääräistä työtä. Ne harvoin ovat sellaisenaan käytettävissä opetusmateriaalina.

Sisältöjen kohtaamiseen liittyen toisessa keskustelussa nousi esiin ajatus yhteissuunnittelusta ja yhteistyöverkostosta, johon kuuluisi hanketoimijoiden lisäksi aihetta opettavia lehtoreita. Yhteissuunnittelulla hankkeen ja opetuksen näkökulmat olisi mahdollista huomioida ja kohtauttaa julkaisuissa. Ajatus tuntui keskusteluun osallistujista hyvältä, mutta samalla esiin nousi huoli resurssoinnista. Opettajan työaika on tiivis, ilman erillistä resurssia tällainen yhteistyö ei olisi mahdollista.

Keskustelu sivusi myös sitä, että kaikkea ei voi eikä tarvitse suunnitella opetus edellä. Osa hankkeista on itsestään selvästi tavoitteiltaan muuta.

Julkaisun kielen ja muodon toimivuus opiskelijoille

Hyvin monimuotoinen materiaali on sovellettavissa opetusmateriaaliksi opettajien haastatteluiden pohjalta. Sisällön lisäksi julkaisun kielellä ja muodolla on merkitystä.

Käytetyn kielen sopivuus liittyen opiskeltavaan alaan sekä opiskelijan taitotasoon nousi esille molemmissa keskusteluissa. Opetusmateriaalilta toivotaan yleistajuisuutta. Toisaalta keskusteluun nousi myös se, että osa hankejulkaisuista on suunnattu selkeästi toiselle asteelle ja ne eivät siksi sovellu korkeakouluopetuksen materiaaliksi.

”Osa on oikeasti niin korkealentoista ja vaikeasti kirjoitettu. Mietin tätä (julkaisun nimi). Se oli itsellekin sellaista, että pitää olla tietyssä mielentilassa, että kykenee ymmärtämään.”

Tarpeet opetusmateriaalin muodosta jakautuvat haastatteluiden pohjalta kahteen: tarvitaan tekstimuotoista materiaalia taustalukemistoksi opiskelijoille opintojaksototeutuksen eri vaiheisiin ja toisaalta yksittäisiä elementtejä, joita voi liittää osaksi muuta opetusmateriaalia. Tekstimateriaalilta opettajat toivoivat ajankohtaisuutta, tutkittua uutta tietoa sekä toisaalta käytännönläheisiä ja konkreettisia tapausesimerkkejä. Erityisesti tiiviille muodolle on käyttöä. Yksittäiset opettajien käyttämät elementit ovat muun muassa teksti- tai kuvamuodossa

olevia koonteja, kokoavia kysymyksiä, sitaatteja, konkreettisia case-esimerkkejä sekä suoraan hyödynnettävissä olevia tehtäviä tai tehtäviksi helposti sovellettavaa olevaa materiaalia. Yksittäisiin elementteihin liittyy yhtäläinen vaatimus ajankohtaisuudesta ja asiasisällön kohtaamisesta kuin tekstikokonaisuuksiin.

Toisessa haastattelussa nousi esiin se, että opintojakson tavoitteet ja opintojakson konteksti ovat yhteydessä siihen kuinka valmiissa muodossa tietoa halutaan opiskelijoille välittää. Yksi osallistujista toi esille, että täydennyskoulutuspuolen lyhytkursseissa tietoa muokataan usein valmiiksi yleiseen ja tiiviiseen muotoon. Täydennyskoulutukseen osallistujilla ei oleteta olevan aikaa lähteiden etsimiseen ja punnitsemiseen. Yhteinen aika käytetään ilmiöiden äärellä keskusteluun ja pohtimiseen. Kaksi opettajista puhui siitä, että tutkinto-opetuksessa on tilanteita, joissa opiskelijan johdattaminen haastavamman materiaalin pariin on perusteltua. Tiedon etsiminen ja käsittely sekä lähdekriittisyys voivat olla olennainen osa oppimisprosessia ja opintojakson tavoitteita.

Yksi keskustelu sivusi materiaalin muotoilun yhteyttä vaikutelmaan sisällön ja tekijöiden ammattimaisuudesta. Osa opiskelijoista opiskelee visuaalista alaa ja ylipäätään opiskelijat ovat tottuneet visuaalisesti hyvätasoiseen sisältöön. Julkaisujen ulkoasulla on merkitystä ja yhteys siihen, miten ammattimaisina ne vastaanotetaan ja sitä kautta myös siihen, millaista materiaalia opettaja ottaa käyttöön.

Julkaisujen löydettävyys

Suuri osa opettajista kertoi löytävänsä uutta materiaalia osaksi opetusta sosiaalisessa mediassa seuraamiltaan asiantuntijoilta. Tyypillisesti opintojakson päivitystä tehdessä on aikaa kohtuullisen vähän. Materiaali tulee heidän mukaansa poimittua sieltä, mistä sen helposti ja luotettavasti tietää saavansa – ja sieltä mistä tietoa on tullut tavaksi etsiä.

Keskeinen haaste suhteessa hankejulkaisuihin on kaikkien opettajien mukaan niiden löydettävyys. Metropolian internetsivuilla ei ole julkaisujen sanahakua ja myös ammattikorkeakoulujen yhteisen julkaisutietokannan, Theseuksen, hakutoiminnon käyttö tuntuu haastavalta. Vaikeat hakutoiminnot ja oikeiden hakusanojen löytäminen koetaan esteeksi hankejulkaisujen käyttämiselle.

”Mä en vaan löydä niitä hankejulkaisuja. Jos ei osaa just täsmällisellä sanoilla etsiä, niin ei löydy. Pitää tietää valmiiksi, että on tulossa jotain kiinnostavaa, niin sitten sitä osaa etsiä.”

Julkaisualustan hakutoimintojen kehittäminen olisi kaikkien haastateltujen mielestä tarpeen. Tähän liittyy myös julkaisujen tekeminen ja nimeäminen aihe edellä. Julkaisujen nimistä ei tällä hetkellä opettajien mukaan ole pääteltävissä opetukseen sopiva ydinsisältö.

Haun kehittämisen rinnalle tuotiin toisessa haastattelussa ajatus tiivistelmien tekemisestä liittyen julkaisujen ydinsisältöön. Jos julkaisun ja käyttäjän välissä olisi väline, joka tiiviisti esittäisi olennaisen sisällön, se voisi auttaa käyttöön sopivan julkaisun löytämisessä. Lisätiedon etsimisen tai tiedon päivittämisen tarpeen hetkellä opettaja toivoisi löytävänsä itselle olennaisen tiedon nopeasti.

Oma asenne hankejulkaisuja kohtaan tunnistettiin toisessa haastattelussa esteeksi niiden pariin hakeutumiselle. Tiedon puute tunnistetaan, mutta siihen liittyen myös se, että ei itse aktiivisesti etsi tietoa hankejulkaisujen suunnalta. Mielikuva hankejulkaisuista on, että ne eivät ole opetukseen soveltuvia.

Toisen haastattelun keskustelu kiteytyi viestintäyksikössä nykyisin työskentelevän henkilön kommenttiin viestintään liittyen. Julkaisuista viestimiseen pätevät samat asiat kuin muuhunkin viestintään. Ilman viestintää vastaanottaja ei voi tietää julkaisuista. Viestinnän kehittämiseksi on tarve, jotta hankejulkaisut voivat tavoittaa vastaanottajat olivatpa he opettajia tai muiden kohderyhmien edustajia.

6.13 Yliopettajan näkemys hankejulkaisujen juurtumisesta oppimistoimintaan

Hanke- ja oppimistoiminnan sekä hankkeiden tulosten juurtumishaasteen ymmärtämisen syventämiseksi haastateltiin yliopettajaa, jolla on yli 20 vuoden kokemus niin opetus- kuin hanketyöstä Metropolia Ammattikorkeakoulussa. Hän on ollut koordinoimassa ja toteuttamassa lukuisia hankkeita, ja niihin liittyviä hankejulkaisuja. Hän on vastannut sekä alemmasta että ylemmästä ammattikorkeakoulututunnuksesta. Hänen erityiskiinnostuksensa viime vuosina on liittynyt hankkeiden tulosten juurruttamiseen. Haastattelu oli kestoltaan 40 minuuttia.

Haastattelun keskeiset kysymykset olivat:

- Mikä merkitys hankejulkaisulla on hankkeen vaikuttavuudelle ja juurtumiselle?
- Entä suhteessa oppimistoimintaan?
- Miten hankejulkaisut voisivat juurtua nykyistä paremmin oppimistoimintaan?
- Minkälainen merkitys julkaisumuotoilulla on juurtumiselle?

Yliopettajan pohdinnat aiheesta muotoutuivat neljän teeman ympärille:

1. Julkaisujen kohdentuminen ja kohdentaminen
2. Pedagoginen osaaminen hankkeissa
3. Viestintä, erityisesti henkilökohtainen viestintä
4. Sparrausapu hankkeen projektipäällikölle

Julkaisujen kohdentuminen ja kohdentaminen

Keskeiseksi asiaksi hankejulkaisuiden vaikuttavuudesta puhuttaessa yliopettaja nosti esiin julkaisujen sisällön kohdentumisen oppimistoimintaan. Hänen mukaansa tällä hetkellä olennainen haaste on se, että hankejulkaisut eivät istu osaksi opetusta. Ne eivät asiasisällöltään sijoitu opetussuunnitelman mukaisiin sisältöihin, jolloin niille ei löydy roolia oppimistoiminnassa. Toisena haasteena on asian käsittelyn liiallinen yleisyys verrattuna opintojaksoilla käsiteltäviin ammattikentän spesifeihin erityiskysymyksiin.

”Jos asia ei mene meidän perusdogmiin ja perustu asiakaslupaukseen eli opetussuunnitelmaan, niin mitäpä sinne heittelemään lisäpaloja.”

Yliopettaja tuo esiin, että myös sisällöt aiheista, joita oppimistoiminnassa kohdataan, kiinnostavat opettajia. Ilmiöt, kuten keskittymiskyvyn puute, sukupuolisensitiivisyys tai ryhmädynamiikka koskettavat pedagogeja, samoin yleiset pedagogisiin menetelmiin liittyvät kysymykset. Näitä teemoja käsittelevät hankejulkaisut voivat hänen mukaansa hyvinkin päätyä opettajien käyttöön.

Julkaisujen kielellisellä tasolla on yliopettajan mukaan suuri merkitys hankejulkaisun kohdentumiselle ja käytettävyydelle. Jokaisella alalla on oma ammattijargoninsa. Kielen pitäisi osua opetettavaan alaan tai olla riittävän yleiskielistä, jotta se sopisi opetusmateriaaliksi. Hankekieli tai liian akateeminen kieli ei istu ammattikorkeakouluun. Toisaalta haasteena on hänen mukaansa myös matalammalle koulutustasolle kohdentuvat sisällöt, jotka eivät täytä korkeakouluopetuksen kriteereitä.

Hankejulkaisun muodon ja muotoilun yhteydestä niiden käyttämiseen yliopettaja tuo esille erityisesti pitkien tekstipainotteisten julkaisujen haasteen. Laajat tekstipainotteiset julkaisut eivät useimmiten ole oppimistoimintaan, tai muillekaan kohderyhmille, toimivia.

”Niin kauan, kun hankejulkaisu on loppuseminaarissa esiteltävä glossy-paperilla oleva pränni, vaikuttavuus on kaukana siitä. -- On joku ihmeellinen luulo, että ihmiset menee liekkeihin siitä, että ne saa pitkän asiatekstin.”

Erilaisten julkaisujen kokonaisuus, joka sisältää eri medioihin tehtyjä usein lyhyempiä julkaisuja on yliopettajan mielestä toimiva ratkaisu hankejulkaisuille. Hän nostaa hyvänä esimerkkinä esille Osuma-hankkeessa toteutetun julkaisujen kokonaisuuden, joka on aiheiltaan ja muodoiltaan erityisen laaja (<https://osuma.metropolia.fi>).

Pedagoginen osaaminen hankkeissa

Yliopettaja liittyy hankejulkaisujen käyttämisen oppimistoiminnassa osaksi TKIO:ta. Suurimmaksi haasteeksi hän mainitsee pedagogisen osaamisen hanketyössä. Hanketyön ja

sen myötä julkaisun liittäminen oppimistoimintaan niin, että se todella istuu osaksi opetus-suunnitelmaa ja rakentuu osaamisperusteisille tavoitteille, on haastavaa. Se on oma laaja osaamisen alueensa.

Toimiva konsepti, jonka yliopettaja oman kokemuksensa pohjalta nostaa esiin, on, että hankkeessa on mukana pedagogi, joka on tekemässä hanketta ikään kuin omiin tarpeisiinsa. Päämääränä on opintojakso tai opintokokonaisuus, jonka on tarkoitus jäädä osaksi opintojaksotarjontaa hankkeen päättymisen jälkeen. Sama henkilö jatkaa opintojakson vastuopettajana hyödyntäen hankkeessa tuotettua tietoa ja materiaalia. Tällöin hän myös osaa selittää kehitystyötä ja isomman kuvan yksittäisen asian takana, sekä ohjata tiedon tarkoituksenmukaiseen hyödyntämiseen. Kun prosessi on yhden pedagogisen osaajan hallinnassa, päätyvät hanketyön tulokset käyttöön. Myös mahdollisimman suoraan hyödynnettävissä oleva materiaali tukee käyttöön ottamista.

Viestintä, erityisesti henkilökohtainen viestintä

Viestinnän haasteet tulivat haastattelussa esille vahvimmin. Yliopettaja painotti, että hankejulkaisuja tuotetaan vuositasolla valtava määrä. Se, että yksittäinen julkaisu löytää tiensä yksittäisen ammattikorkeakoululehtorin materiaaliksi yksittäiselle opintojaksolle, vaatii hyvin kohdennettua viestintää – erittäin vastaanottajalähtöisen sisällön lisäksi.

Hankejulkaisun rooli täytyisi yliopettajan mukaan ajatella uudestaan. Hän antaisi hankejulkaisulle enemmän muistion roolin kuin itsetarkoituksellisen lopputuotoksen. Hankejulkaisu toimisi muistiona asiasta, jota on käsitelty merkityksellisissä kohtaamisissa. Olennaista on löytää henkilöt ja yhteisöt, joille hankkeen tuloksista voisi olla hyötyä. Sen jälkeen hanketoimijan tehtävä on auttaa ottamaan hankkeessa tuotettu käytänne heidän tarpeisiinsa varioituna käyttöön. Tämän jälkeen hankejulkaisun käyttöön ottamiselle on yliopettajan mukaan hyvä mahdollisuus.

Toisena kohtaamisen areenana hankkeiden ja hankejulkaisujen juurruttamiseen liittyen yliopettaja tuo esille erilaiset hankkeen aihepiiriin liittyvät ammattilaistapahtumat. Hanketoimijan aktiivisuus viestin viejänä, keskustelujen herättäjänä ja henkilökohtainen kiinnittyminen ilmiöön luovat pohjan myös hankejulkaisun leviämiseksi ja käyttämiselle. Hankkeiden omat loppuseminaarit harvoin toimivat näin.

”Tapahtuma ja henkilökohtainen kontakti on se, millä meidän viestintäympäristössä on vaikutusta. Sitten kun henkilökohtainen kontakti on onnistunut, siellä on mahdollisuus julkaisulle.”

Yliopettaja muistuttaa, että kohderyhmälle toimivan viestintäkanavan valitseminen on aina osa hankkeista ja hankejulkaisuista viestimistä. Nykykäytänteet ovat painottuneet

perinteiseen ja hanketoimijalle tuttuun. Muutokset viestintäkäyttäytymisessä ja kanavissa ovat olleet viimeisen kymmenen vuoden aikana valtavia. Erityisesti nuorempi sukupolvi etsii ja saa tiedon hyvin erilaisista lähteistä kuin keski-ikäinen ammattikorkeakoululehtori. Julkaisu ei myöskään aina ole järkevin tapa viestiä hankkeessa tehdystä.

Yliopettaja on esittänyt hankkeille uudenlaista mallia, joissa dialoginen juurruttamistyö tulisi suureksi osaksi hanketyön prosessia. Malliin sisältyy se, että hankkeen viimeinen kolmannes keskittyisi täysin juurruttamistyöhön. Se sisältäisi kohtaamisia ja kohderyhmien löytämistä, minne hankkeessa tuotettu käytänne voisi sellaisenaan tai varioituna juurtua. Tähän sisältyisi olennaisesti valmius nopeisiin pilotointeihin ja kokeiluihin kohderyhmien kanssa, kohderyhmälähtöisesti. Tämän mallin ja muotoiluajattelun yhteys on ilmeinen.

Sparrausapu hankkeen projektipäällikölle

Yliopettaja muistuttaa, että hanketiimien osaaminen liittyy pääsääntöisesti hankkeen sisältöön ja projektihallintaan. Viestintäosaamista ja julkaisumuotoiluosaamista ei voi hanketyöntekijältä edellyttää. Hanketiimeissä, kuten muutenkin asiantuntijayhteisöissä, on järkevää, että kukin osaja keskittyy siihen, missä oma asiantuntemus on parhaimmillaan. Siksi yliopettaja painottaakin, että hankkeiden projektipäällikkö tarvitsee työparikseen viestintää ymmärtävän henkilön.

Julkaisujen tekemiseen liittyen yliopettaja toivoisi hanketoimijoille, projektipäälliköille tai muutoin hankejulkaisuja tuottaville henkilöille sparrausapua. Ymmärrys siitä, mitä kaikkea hankejulkaisu voi muodoltaan olla, olisi hänen mielestään hankkeissa tarpeen.

”Se, mitä projektipäälliköt tarttee, olisi hurjaa sparrausta rohkeuteen, että mitä kaikkea julkaisu voi olla. Pitäisi kieltää loppujulkaisuformaatti ja miettiä, että jos joku haluaisi sulle nyt tällaisen asian upottaa, miten se pitää tuoda?”

Näin olisi mahdollista muodostaa sellainen kokonaisuus, joka olisi aiotulle kohderyhmälle toimiva. Erilaiset julkaisemisen mahdollisuudet voivat olla toimijoille entuudestaan vieraita.

6.14 Vaihe 2: Koonti selvityksestä

Kehittämistyön toisen vaiheen aineiston analyysin pohjalta koostettiin keskeiset tulokset. Kolme koontimetodia antaa kukin lisätason tarkastelulle.

1. Toimijaprofiilit toimijoiden näkökulmien ymmärtämistä varten. Ihmiskeskeisyys, näkökulmien ymmärtäminen ja aitoon tarpeeseen vastaaminen on kehittämistyön ydin.
2. Viidestä näkökulmasta kerätyn aineiston yhteenveto. Toisista toimijoista erillisenä tehty yhteiskehittäminen vedetään yhteen.
3. Hankejulkaisun polku, joka tuo esiin olennaisia kohtia liittyen hankejulkaisun juurtumiseen osaksi oppimistoimintaa. Näin prosessista piiryy vaiheet, joihin kehittämistyössä on tarpeen keskittyä.

6.14.1 Hankejulkaisuihin liittyvien keskeisten toimijoiden profiilit

Toimijaprofiilit tekevät näkyväksi keskeisten toimijoiden työarjen tavoitteita ja haasteita. Toimijaprofiilit laadittiin viidestä ydintoimijasta liittyen hankejulkaisuihin: päällikkö, hanketoimija, julkaisuasiantuntija, lehtori ja graafinen suunnittelija.

Tuulaniemi (2011) puhuu suunnitteluohjureista, joilla kohderyhmän tarpeet ja motivaattorit tuodaan esille, kehittämisprosessin keskiöön. Niiden avulla esitetään tiiviisti se, miten kehittämistyö vastaa oikeaan tarpeeseen. Toimijaprofiilit kohdistavat tiiviissä muodossa huomion kehittämisen ydintarpeisiin. Ne tuovat kunkin toimijaryhmän lähemmäksi, mahdollistavat empaattisen suhtautumisen ja näkökulman ymmärtämisen. Toimijaprofiili on yleinen kuvaus nimetyn ryhmän toiveista, haluista, esteistä ja haasteista. (Tuulaniemi 2011, 156–157.) Toimijaprofiilit toimivat tässä suunnitteluohjureina poiketen Tuulaniemen esittämästä kohderyhmän, käyttäjän profiloinnista, joka liittyy palvelumuotoiluun. Näin kokonaisuuteen vaikuttavat eri näkökulmat tulevat huomioiduksi.

Organisaatiotasolla nousevat esiin toiveet ja haasteet liittyen organisaation toimintakykyyn, toiminnan vaikuttavuuteen ja kehittämiseen. Siihen liittyy myös rahoitus sekä henkilöstön työn tukeminen ja hyvinvointi sekä hankkeisiin liittyen hankkeiden tulosten hyödyntäminen omassa organisaatiossa sekä sen tukeminen. (Kuva 4.) Hanketoimijoiden toiveiden ja haasteiden ytimessä on yhteiskunnan kehittäminen, muutoksen aikaan saaminen hanketyötä tekemällä. Hanketoimijat työskentelevät määräaikaissa tiimeissä, useimmiten osa-aikaisesti päätyön ollessa toisaalla. Työtä hankkeessa määrittää rahoittajan hyväksymä hankesuunnitelma. (Kuva 5.)

ORGANISAATIOTASO | PÄÄLLIKKÖ

- Tulostavoitteiden saavuttaminen
- Organisaation toimintakyvyn ylläpitäminen mm. hankkeista saatavalla ulkopuolisella rahoituksella
- TKI-, TKIO- ja liiketoiminnan kehittäminen
- Hankkeen aikaisen tuen kehittäminen
- Hankesuunnittelun ja -rahoituksen hakemisen tuki jo pitkällä, sitäkin voi edelleen kehittää
- Hankkeiden vaikuttavuuden edistäminen
- Henkilöstön tukeminen ja työhyvinvointi, että he voivat keskittyä työtehtäviinsä ja tehdä työnsä hyvin

▲ toiveet ja unelmat

huolet ja haasteet ▼

- Hanketoiminnan tulokset ovat omassa organisaatiossa vähäisesti hyödynnetyt voimavara
- Julkaisujen määrän ylläpitäminen ja kasvattaminen, ne tuottavat julkaisupisteitä ja pisteiden perusteella rahoitusta
- Hanketoiminnan vaikuttavuudesta, tulosten hyödyntämisestä tarvitaan näyttöä
- Prosessien vakiinnuttaminen ja resursointi, hanketoiminta on lopulta vielä nuorta

Kuva 4: Päällikön toimijaprofiili.

HANKETOIMIJA

- Yhteiskunnallisesti merkityksellisen työn tekeminen
- Saada aikaan tuloksia, jotka hyödyttävät sidos- ja kohderyhmiä
- Saada aikaa vaikuttavuutta, pysyviä ja juurtuvia käytänteitä
- Saada suunnitelman mukainen hanke vietyä läpi olemassa olevin resurssein
- Löytää hankkeen pohjalta uusia kehittämisen suuntia ja synnyttää uusia hankkeita

▲ toiveet ja unelmat

huolet ja haasteet ▼

- Vain osassa hankkeista erikseen henkilö, joka keskittyy viestintään; asiantuntemus viestinnästä ja/tai julkaisumuotoilusta vähäinen
- Aikataulu on tiukka ja työtä on paljon; paine tuloksista
- Tehdään se, mikä lukee rahoittajan hyväksymässä hankesuunnitelmassa; julkaisu ja viestintä hankesuunnitelmissa mukana puutteellisesti
- Hanketiimi on aina uusi organisaatio, vie aikaa, että tiimi toimii hyvin
- Hanketoimijat ovat hankkeessa osa-aikaisesti päätyön ollessa toinen

Kuva 5: Hanketoimijan toimijaprofiili.

JULKAISUASIAANTUNTIJA

- Tuottaa monimuotoisia ja eri kohderyhmiä huomioivia julkaisuja
- Julkaisujen saavutettavuus ja leviäminen
- Metropolian imago asiantuntijajulkaisujen kustantajana
- Yhteisten julkaisu- ja viestintäprosessien kehittäminen
- Hanketoimijoiden ja julkaisujen tekijöiden tukeminen läpi julkaisuprosessin
- Siirtyminen e-kirja-aikaan

▲ toiveet ja unelmat

huolet ja haasteet ▼

- Rajallinen työaikaressurssi, joka juuri ja juuri riittää yleisten prosessien koordinointiin ja kustannustoimitukseen
- Hankejulkaisuista viestiminen jää julkaisun tekijöiden vastuulle
- Julkaisumuotoilun tukeminen ei osa työtä
- Tulostavoitteet julkaisujen määrälle ja niistä saataville julkaisupisteille
- Tieto julkaisuista saadaan tiimiin liian myöhään
- Julkaisuprosessin aikataulutusta ja resursointi hankkeissa niukkaa
- Nykyinen julkaisuformaatti ei toimi tulevaisuudessa

Kuva 6: Julkaisuasiantuntijan toimijaprofiili.

GRAAFINEN SUUNNITTELIJA

- Toimivan ja vastaanottajaa puhuttelevan muodon antaminen julkaisulle
- Visuaalisesti laadukkaan ja katseen kestävän tuotteen tekeminen
- Hyvä yhteistyö tilaajan ja kirjoittajien kanssa
- Julkaisuprosessissa tiiviimmin mukana olemisen alusta saakka; yhteiskehittäminen
- Työn tilaajaajalla olisi kyky ajatella julkaisua myös muotoilunäkökulmasta; tilaaja tuntisi muotoilun mahdollisuuksia ja rohkeasti hyödyntäisi niitä

▲ toiveet ja unelmat

huolet ja haasteet ▼

- Mukaan ottaminen siinä vaiheessa, kun julkaisun käsikirjoitus/sisältö on jo valmis
- Tarjouspyyntö ja todellisuus eivät vastaa toisiaan; kuten ymmärrys työhön tarvittavasta ajasta
- Työ tehdään toimeksiannon varassa
- Aikataulu on liian tiukka kokeiluille
- On yksin puolustamassa muotoilunäkökulmaa
- Tilaaja ei ole valmis astumaan perinteisen tai entuudesta tutun muodon ulkopuolelle
- Kohdentamista mietitään vain vähän tai hyvin yleisellä tasolla

Kuva 7: graafisen suunnittelijan toimijaprofiili.

Julkaisuasiantuntija ja graafinen suunnittelija työskentelevät julkaisuihin keskittyen. Heidän toiveissa ja haasteissa painottuvat sekä julkaisuprosessin että julkaisujen kehittäminen vastaamaan tämän päivän ja huomisen tarpeita. Metropolian imago kustantajana ja julkaisujen leviäminen puhututtavat erityisesti julkaisuasiantuntijoita. Graafiset suunnittelijat


tavoittelevat vastaanottajaa puhuttelevaa julkaisumuotoilua ja toivovat tiiviimpää yhteiskehittämisestä tämän mahdollistamiseksi. (Kuvat 6–7.) Lehtoreiden toiveiden ja haasteiden ytimessä on opiskelijoiden osaamisen kehittymisen tukeminen kohti ajantasaisia työelämän vaatimuksia. Kehittymistä ja kehittämistä paineistaa työajan riittävyys. Työtä määrittää opetussuunnitelma. (Kuva 8.)

LEHTORI

- Opiskelijan tukeminen kohti työelämässä tarvittavaa asiantuntijuutta
- Tehdä oman astualueen asioista opiskelijoille merkityksellisiä
- Pitää vastuupintoajat ajantasaisina niin sisällöltään kuin pedagogisilta menetelmiltään
- Löytää omaan vastuualueeseen liittyvä uusin tieto helposti ja suoraan opetukseen hyödynnettävissä muodossa
- Opettaa lähdekriittisyyttä

huolet ja haasteet ▼

- Jatkuvasti muuttuvat käytänteet, järjestelmät ja viestintäkanavat
- Kasvavat ryhmäkoot ja heterogeeniset ryhmät
- Opiskelijoiden keskittymiskyvyn alentuminen
- Paine kehittämisestä ja kehittymisestä, ajan tasalla pysymisestä
- Työajan riittävyys; jokainen tunti on korvamerkitty ja opintojaksojen kehittämiselle ei ole aikaa
- Tietomuotoilun osaaminen on vähäistä ja/tai sille ei ole aikaa



▲ toiveet ja unelmat

Kuva 8: Graafisen suunnittelijan toimijaprofiili.

Kaikkia toimijoita yhdistää suoraan tai välillisesti toive hanketyön vaikuttavuudesta. Se, että hankkeissa tuotettu löytäisi kohderyhmänsä ja juurtuisi osaksi kohderyhmien arkea. Yhteisenä haasteena on paine resurssien riittävydestä, organisaatiotasolla liittyen organisaation toimintakykyyn, muilla kohdistuen erityisesti työajan riittävyyteen.

6.14.2 Viiden näkökulman yhteenveto

Kehittämistyön toisessa vaiheessa, viideltä eri toimijaryhmältä kerätystä aineistosta on koottu yhteenveto samankaltaisuuskaaviota hyödyntäen. Jäsentyi viisi teemaa, jotka liitettiin hankejulkaisujen juurtumiseen osaksi oppimistoimintaa (kuva 9.):

1. Organisaatiotason päätökset ja ohjaus hankejulkaisujen isoihin linjoihin
2. Julkaisuformaattien päivitys vastaamaan tämän päivän ja lähitulevaisuuden tarpeita
3. Tietoisuus julkaisuista ja niiden löydettävyys
4. Opetukseen kohdennettu sisältö
5. Opetukseen soveltuva julkaisumuotoilu



Kuva 9. Samankaltaisuuskaavio kehittämistyön toisen vaiheen aineistosta.

Organisaatiotason päätöksien ja ohjauksen merkittävä rooli liittyy hankejulkaisujen arvostukseen ja resursointiin nousi selkeänä teemana esiin kaikissa toimijaryhmissä. Arvostukseen liitettiin selkeytys julkaisu-toiminnan roolista ja merkityksestä Metropoliasa sekä julkaistutoimintaan liittyvän resursoinnin realistisuuden tarkistaminen. Resursointiin liitettiin työpanoksen mahdollistaminen läpi prosessin julkaisusuunnittelusta toteutukseen ja viestintään. Se koskettaa julkaisutiimiä, hankesuunnittelijoita, hanketoimijoita, lehtoreita sekä viestintää tekeviä. Organisaatiotason päätöksiä ja ohjausta todettiin vaativan myös uusien viestintäkäytänteiden kehittäminen hankejulkaisujen käyttämisen lisäämiseksi sekä julkaisuihin liittyvien järjestelmien ja formaattien päivitystarpeet.

Yhteistyö Metropolian innovaatiokeskittymien, osaamisalojen, hankkeiden sekä sidosryhmien välillä tuotiin julkaisutiimin taholta toivotuksi kehittämiskohteeksi. Yhteistyö tuottaisi innovatiivisempia ja laajalle leviävämpiä julkaisukokonaisuuksia. Julkaisutiimissä tunnistettiin myös avoimen oppimateriaalin kehittämisen tarve. Tämän tyyppinen kehityssuunta vaatii tyypillistä hankejulkaisua enemmän tukea niin organisaatiotasolta yhteistyön synnyttämiseksi kuin julkaistutiimiltä julkaisuprosessin tukemiseksi.

Julkaisuformaattien päivittämiselle on tarve, todettiin erityisesti julkaisutiimin ja graafisten suunnittelijoiden tahoilta julkaisujen tulevaisuutta pohdittaessa. Digitaalisten julkaisujen osuus on jatkuvasti suurempi, vaikka painetun julkaisun katoamiseen ei uskotakaan. Nykyistä pdf-formaattia ei pidetä tarpeisiin vastaavana formaattina. Se ei tue suurinta osaa digitaalisista ratkaisuista, jotka julkaisuihin voitaisiin jo nyt liittää, kuten monimediaisuus julkaisujen sisällä ja rinnalla sekä vuorovaikutteisuus.

Formaatteihin liittyvään kehittämiseen liitettiin ajatus julkaisuryppäiden toteuttamisesta. Eri käyttötarkoituksia ja kohderyhmiä varten tuotettaisiin materiaali, joka monipuolistaisi hankejulkaisun käytettävyyttä. Julkaisuryppäästä voisi löytyä esimerkiksi akateemisempi ja yleistajuisempi versio sekä esitysmateriaaliksi sopiva versio.

Tietoisuus hankejulkaisuista ja niiden löydettävyys nostettiin keskeiseksi kehittämis-kohteeksi kaikissa toimijaryhmissä. Tietoisuuden lisääminen hankejulkaisujen olemassaolosta, sekä sen asenteen istuttaminen, että hankejulkaisut ovat opetukseen soveltuvaa materiaalia, on tarpeen. Tähän todettiin tarvittavan säännöllistä ja monikanavaista, kohderyhmät tavoittavaa viestintää. Tapahtumallinen viestintä, joka mahdollistaa aidot kohtaamiset, nostettiin esiin tarkoituksenmukaisena viestintätapana.

Julkaisujen hakutoimintojen kehittäminen puhututti kaikissa toimijaryhmissä. Sujuvuus haussa olisi olennaista, jotta asia edellä etsittävät julkaisut olisivat löydettävissä. Nykyistä monipuolisemmat hakusuodatuksien sisältöjen ja muodon osalta todettiin tarpeelliseksi.

Julkaisujen sisällön ja oppimistoiminnan tarpeiden osuminen yhteen on erityisesti lehtoreiden ja yliopettajan esiin nostama asia, jota kaikki tahot sivusivat. Sellainen sisältö, joka ei kohtaa opetussuunnitelmaa tai tue pedagogisten menetelmien kehittämistä, tulee oppimistoiminnassa ohitetuksi. Asialähtöisyys ja asian kohdentuminen oppimistoimintaan on olennaista, mikäli hankejulkaisuja toivotaan hyödynnettävän opetuksessa enemmän.

Kohderyhmälähtöisyyden näkyminen myös kielellisinä valintoina, julkaisumuotoilussa sekä -formateissa tuotiin esille. Raporttimaisuus ja loppujulkaisu sopivat opetuskäyttöön vain harvoin. Sekä kahden lehtorin että graafisen suunnittelijan toimesta huomautettiin, että loppukäyttäjä oppimistoiminnassa on opiskelija, joka on tottunut 2020-luvun käyttöliittymiin, visuaalisuuteen ja esitystapaan.

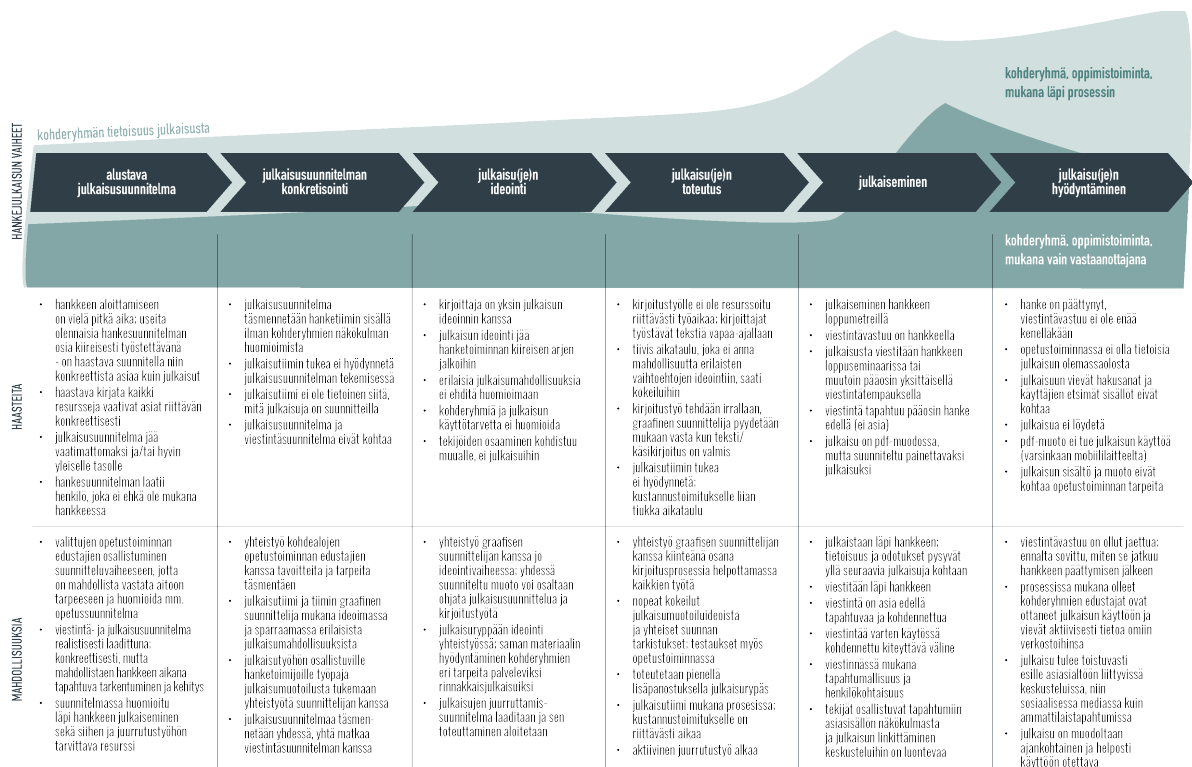
Opetukseen soveltuva julkaisumuotoilu tukee sekä sisällön ymmärrettävyyttä että julkaisun käyttämistä kohderyhmässä. Erityisesti lehtorit toivat esille sen, että hankejulkaisujen muoto harvoin istuu sellaisenaan oppimistoiminnan käyttöön. Materiaalin muokkaamiselle ei ole aikaa. Jos julkaisu tarjoaisi suoraan käyttöön otettavaa materiaalia, se edistäisi käyttämistä. Muodoltaan sellaista olisivat tekstimassasta helposti erotettavat tekstiosiot, koosteet sekä suoraan tehtäviksi soveltuva materiaali.

Graafiset suunnittelijat ja julkaisutiimi pohtivat julkaisumuotoiluprosessia. Muotoon on haastava vaikuttaa, jos graafinen suunnittelija kutsutaan prosessiin sen viimevaiheessa. Muoto jää sisällön jalkoihin myös yleisen aikataulupaineen takia. Julkaisumuotoilun mahdollisuuksien ja merkityksen tunteminen tukisi sisällöntuottajien toimeksianto-osaamista, kirjoitustyötä sekä yhteistyötä suunnittelijan kanssa läpi prosessin.

6.14.3 Hankejulkaisun vaiheet ja juurruttaminen

Hankejulkaisun vaiheita kuvataan palvelumuotoilussa käytettävän palvelupolun ajatusta soveltaen. Palvelupolulla kuvataan tyypillisesti palvelun kokonaisuutta. Sillä tehdään näkyväksi palveluprosessia ja havainnollistetaan palvelun kuluttamista prosessin eri vaiheissa. Vaiheittainen kuvaaminen mahdollistaa kehitettävän asian analysoinnin niin, että siihen on mahdollista tarttua suunnitellun keinoin. (Tuulaniemi 2011, 78–79.) Tässä tarkoituksena on tehdä näkyväksi hankejulkaisun prosessin kohtia, joissa hankejulkaisun juurtumiseen osaksi oppimistoimintaan on mahdollista vaikuttaa.

Hankejulkaisun polku on jaettu kuuteen vaiheeseen: alustava julkaisusuunnitelma, julkaisusuunnitelman konkretisointi, julkaisu(je)n ideointi, julkaisu(je)n toteutus, julkaiseminen ja julkaisu(je)n hyödyntäminen. Kuviossa 20 on esitetty kuhunkin vaiheeseen liittyvät aineistosta nousseet haasteet ja mahdollisuudet. Vaiheiden taustalla on kuvaaja liittyen kohderyhmän tietoisuuteen julkaisuista, joka on aineistosta noussut olennaiseksi asiaksi liittyen julkaisujen juurtumiseen osaksi oppimistoimintaa. Alempi muoto kuvaa nykytilaa haasteiden toteutuessa, ylempi potentiaalia mahdollisuuksia hyödynnettäessä.



Kuvio 20: Hankejulkaisun vaiheet sekä niihin liittyvät haasteet ja mahdollisuudet.

Alustava julkaisusuunnitelma

Keskeinen haaste: Hankehakemuksen ja hankesuunnitelman tekemiseen kohdistuu erityistä painetta, sillä rahoittajan hyväksymä hankesuunnitelma lopulta määrittää sen, mitä hankkeessa voidaan tehdä ja millä resurssilla. Suunnitelmassa huomioidaan paitsi sisältöasiat, myös keskeiset sidosryhmät, viestintä sekä rahoittajan vaatimukset. Viestintä- ja julkaisusuunnitelman on olennaista olla suunnitelmassa mukana, jotta niitä on myönteisen rahoituspäätöksen jälkeen mahdollista toteuttaa. Suunnitelmavaiheessa ollaan kuitenkin vielä kaukana itse hanketyön aloittamisesta ja siksi niin konkreettisen asian kuin julkaisujen miettiminen on haastavaa.

Mahdollinen ratkaisu: Yhteistyö ja yhteiskehittäminen niin kohderyhmän edustajien, oppimistoimintaan liittyen lehtoreiden, kuin julkaisuasiantuntijan kanssa julkaisusuunnitelman laatimiseksi osaksi hankehakemusta ja hankesuunnitelmaa. Julkaisut esitetään osana hanketyötä. Kohderyhmä on mukana ohjaamassa myös julkaisusuunnitelmaa työn alkumetreiltä alkaen. Näin myös juurrutustyö alkaa jo suunnitelmavaiheesta.

Julkaisusuunnitelman konkretisointi

Keskeinen haaste: Julkaisusuunnitelma konkretisoidaan hankkeen aloittamisen jälkeen osana viestintäsuunnitelmaa. Julkaiseminen voi tuntua hankkeen alussa kaukaiselta ja sen suunnittelu voi siksi jäädä yleiselle tasolle odottamaan hankkeen etenemistä ja tuloksia. Perinteisesti julkaisut sijoitetaan hanketyön loppuun.

Mahdollinen ratkaisu: Yhteistyö ja yhteiskehittäminen sekä kohderyhmän edustajien, julkaisuasiantuntijan että graafisen suunnittelijan kanssa julkaisusuunnitelman ideoimiseksi ja konkretisoimiseksi. Tehdään suunnitelma tarkoituksenmukaiselle julkaisemiselle läpi hankkeen. Hankkeen viestintäkanavia valitessa ja perustaessa sekä niiden ylläpidosta sovittaessa huomioidaan julkaiseminen.

Julkaisun ideointi

Keskeinen haaste: Julkaisun ideointi tapahtuu hanketyön tuoksinassa hanketyön ollessa edennyt jo varsin pitkälle. Aikataulupaine suuntaa ajatuksen tyypillisiin julkaisuratkaisuihin. Työ keskittyy kirjoittamiseen, ei niinkään julkaisun muotoon tai kohderyhmäajatteluun. Työssä seurataan hankesuunnitelmaa, sitä että kaikki toimenpiteet ovat linjassa rahoituspäätöksessä hyväksytyyn suunnitelman kanssa.

Mahdollinen ratkaisu: Yhteistyö ja yhteiskehittäminen sekä kohderyhmän edustajien, julkaisuasiantuntijan että graafisen suunnittelijan kanssa erilaisten mahdollisuuksien ja

kohderyhmää parhaiten palvelevien ratkaisujen ideoimiseksi. Suunnitellaan julkaisurypäs, jolla tavoitetaan eri kohderyhmiä. Viimeistään hankesuunnitelman päivittämisen yhteydessä julkaisusuunnitelman kohderyhmälähtöinen konkretisointi.

Julkaisun toteutus

Keskeinen haaste: Julkaisujen toteutus tapahtuu irrallisena kirjoitustyönä, johon graafinen suunnittelija ja julkaisutiimi tulee mukaan vasta viimevaiheissa. Työaika tuntuu riittämättömältä kirjoitustyöhön paneutumiseen, saati julkaisumuotoilun tai julkaisujen viestimisen ja juurruttamisen miettimiseen.

Mahdollinen ratkaisu: Yhteistyö julkaisuasiantuntijan sekä graafisen suunnittelijan kanssa helpottaa kirjoitustyötä. Nopeat muotoilulliset kokeilut yhdessä kohderyhmän kanssa varmistavat julkaisun käytettävyyden. Ei tehdä turhaa työtä. Toteutetaan julkaisurypäs, jolloin tietoa saadaan viestittyä eri kohderyhmiin tarkoituksenmukaisella tavalla.

Julkaiseminen

Keskeinen haaste: Julkaisun valmistuessa, julkaistessa, on hetkellinen panostus siitä viestimiseen. Hankkeesta ja sen julkaisuista viestiminen niin sidos- kuin kohderyhmille sekä laajemmalla yleisölle painottuu hankkeen loppuun. Hankkeen lopputapahtumalla on olennaisin merkitys niin hankkeesta kuin julkaisusta viestimiselle.

Mahdollinen ratkaisu: Julkaiseminen läpi hankkeen pitää yllä tietoisuutta ja vahvistaa juurtumista. Asia edellä viestiminen ja erityisesti viestinnän henkilökohtaistaminen tukee juurtumista. Hankkeen asiantuntijoilla on suunniteltua työaika tähän työhön. Viestinnän avuksi tuotetaan myös julkaisun kiteyttävä väline, jota voi käyttää apuna asiaa esitellessä. Hankkeen tulosten hyödyntämistä on pohjustettu läpi hankkeen. On suunniteltu juurruttamistyön jatkumista myös hankkeen päättymisen jälkeen.

Julkaisujen hyödyntäminen

Keskeinen haaste: Julkaisun hyödyntäminen jää sen tietoisuuden varaan, mikä julkaisuvaiheessa, tyypillisesti hankkeen lopputapahtuman yhteydessä on pystytty herättämään. Hankkeen päättymisen jälkeen julkaisu jää pdf-tiedostoksi nettisivuille, johon linkittyviä hakusanoja on haastava keksiä.

Mahdollinen ratkaisu: Kohderyhmän edustajien mukana olo läpi hankkeen ja osallistuminen julkaisuprosessiin edesauttaa julkaisujen hyödyntämistä. Kohderyhmän edustajat toimivat viestin viejinä omissa työympäristöissään ja sidosryhmissään. Julkaisu on tehty

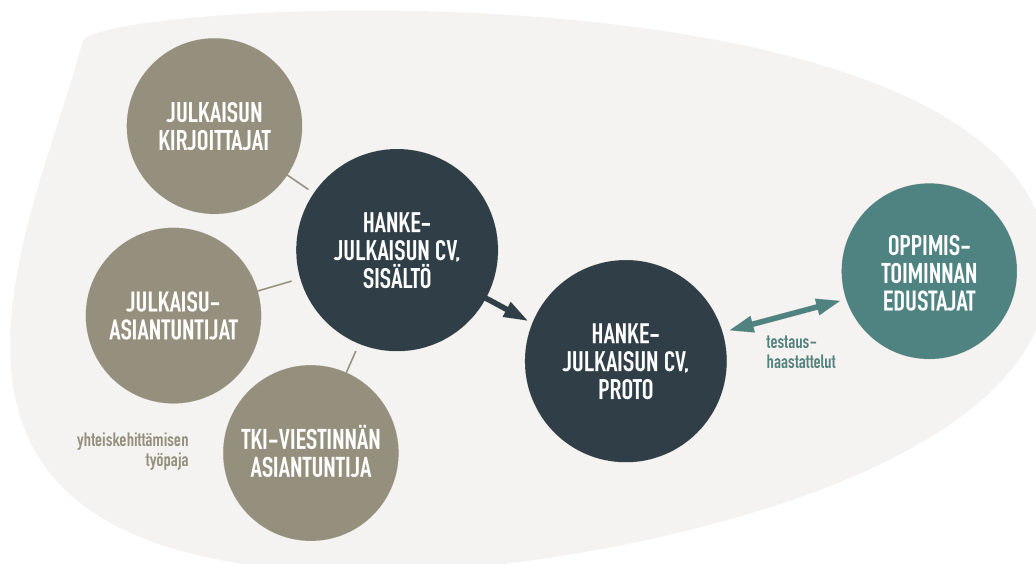
kohderyhmiä palvelevaan muotoon, se halutaan ottaa käyttöön. Viestintävastuun laajennus hankkeen taustaorganisaatioon ylläpitää viestintää ja tietoisuutta julkaisusta myös hankkeen päättymisen jälkeen. Julkaisujen päivittämisestä on sovittu.

6.15 Vaihe 3: Julkaisu-CV-kokeiluideoin kehittäminen ja testaus

Ajatus informatiivisesta ja visuaalisesta koosteesta hankejulkaisuista viestimisen tueksi sai alkunsa julkaisutiimin työpajassa ja toisessa lehtoreiden ryhmähaastattelussa. Sivulauseenomaisesti keskusteluissa käväisi ajatus, että tarvittaisiinko jonkinlainen kooste helpottamaan julkaisujen pariin löytämistä. Päättäjille suunnatut Policy brief -tiivistelmät hankkeen tuloksista ovat tuttu konsepti, mutta entä sellainen, joka olisi tiiviimpi ja oppimistoimintaan kohdennettu? Idea CV-tyyppisestä visuaalisesta koosteesta lähti kehittymään.

Kehittämistyön kolmannessa vaiheessa työtä ohjasi kysymys: **olisiko kooste hankejulkaisusta potentiaalinen vakiinnutettava väline erityisesti opettajille hankejulkaisuista viestimisen tueksi?**

Ideatasolla ajatusta testattiin kehittämistyön toisen vaiheen aikana. Kolmannessa vaiheessa yhteiskehitettiin julkaisu-CV:n sisältö yhdelle hankejulkaisulle monialaisessa työpajassa. Työpajan pohjalta laadittiin julkaisu-CV-prototyyppi ja sitä testattiin kohderyhmän edustajien kanssa. (Kuvio 21.)



Kuvio 21: Kehittämistyön kolmannen vaiheen näkökulmat ja menetelmät.

Julkaisu-CV-idean testaus

Ajatusta CV-muotoisesta koosteesta testattiin toisen vaiheen aineistoa kerätessä graafisten suunnittelijoiden, toisen opettajaryhmän sekä yliopettajan kanssa. Testaus tehtiin tilanteen mukaan joko sanallisesti CV-konseptia kuvaten tai Pinterestistä visuaalisia CV-pohjia

näyttäen. Vastauksissa ei havaittu eroa testaustapaan liittyen. Visuaalisella syötteellä on suuri merkitys, mutta ilmeisesti näin tutun konseptin yhteydessä oli mielikuva riittävän vahva.

Idea sai kaikilta spontaanin positiivisen reaktion. Sen hyväksi piirteiksi mainittiin nopeasti hahmotettava muoto, josta ydintiedon löytää helposti. Julkaisujen hakeminen koetaan työllääksi ja julkaisujen otsikoiden perusteella opetukseen sopivan tiedon hakeminen haastavaksi. Kiireisessä arjessa aikaa säästävät ratkaisut voisivat tukea hankejulkaisujen pariin menemistä. Julkaisu-CV voisi lehtoreiden mukaan olla juuri sitä.

Toinen graafisista suunnittelijoista kommentoi, että formaatille voisi luoda pohjan, joka olisi pienellä työmäärällä varioitavissa eri julkaisuille. Näin sen käyttöön ottaminen olisi sujuvaa.

Haasteena kaikki toivat esille, että myös julkaisu-CV tarvitsee viestintää. Miten kohderyhmä löytää ne? Missä ne sijaitsevat? Kaikki uudet käytänteet vaativat työtä, että ne kiinnittyvät osaksi toimintatapoja ja juurtuvat arkeen.

Yliopettaja mainitsi haastattelun yhteydessä, että kulttuuripolitiikan tutkimuskeskus Cuporessa on ollut jo joitakin vuosia käytössä jossain määrin vastaava väline. Siellä on toteutettu tutkimuksista tietokortteja, joissa on esitelty tutkimuksen ydinsisältö.

Cuporen tietokorttien benchmarkkaus

Benchmarking viittaa menetelmään, jossa tarkoituksena on oppia sieltä, missä jotakin vastaavaa on jo menestyksekkäästi tehty. Kohteita voivat olla tuotteet, palvelut tai käytänteet. Eriyisen hyvin benchmarking soveltuu silloin, kun kyseessä on selkeä, selväpiirteinen kohde. Toisten jo tekemät innovaatiot nopeuttavat omaa kehittämistyötä. (Ojasalo ym. 2015, 186.) Tässä menetelmää käytettiin kokeiluidean kehittämisen pohjaksi. Benchmarkauksen kohteena ovat kulttuuripolitiikan tutkimuskeskus Cuporen tietokortit. Kokemuksia niistä haettiin haastatteleamalla Cuporen johtajaa.

Tietokortit on otettu Cuporessa käyttöön vuonna 2016. Tietokortin tavoitteena on tiivistää hankkeen keskeisiä tutkimustuloksia maksimissaan kahden sivun kokonaisuudeksi. Se tavoittelee tiedollista tiivistystä, ei mainoslehtisen tekemistä. Aloite tietokortteihin lähti taittajalta, joka näki työn alla olleessa julkaisussa mahdollisuuden policy brief -tyyppisen tiivistyksen tekemiselle. Idea jalostui yhdessä tehden, mutta pohjimmiltaan se on Cuporen johtajan mukaan pysynyt samana alusta asti.

Tietokorttien prosessista Cuporen johtaja kertoo, että sille on taittajan tekemä valmis pohja muotoiluineen ja merkkimäärineen, johon julkaisun kirjoittaja kokoaa tiedon. Tiedottaja ja kustannustoimittaja katsovat asiasisällön läpi ennen julkaisemista lukijanäkökulmaa

ajatellen. Taittajalla ei ole suurta roolia tietokorttien työstämisessä, hänen olennaisin työpanoksensa on ollut pohjan tekemisessä.

Tietokortti on tekstipainotteinen, tietosisällöltään maksimoitu. Osa tietokorteista sisältää visuaalisointeja, kuten graafeja tai tiedon visualisointeja keskeisistä tuloksista. Tietokortin saavutettavuudesta on huolehdittu. Cuporen johtaja muistuttaa, että pohjan tekeminen vaatii asiantuntemusta, selkeys ja saavutettavuus ovat sen olennaiset piirteet. Alla esimerkki Cuporen ensimmäisestä tietokortista, jonka pohjalta taittaja teki yleisen pohjan, mitä käytetään tietokorteissa edelleen (kuva 10).

TAITEEN JA KULTTUURIN TOIMIJAT, TOIMINTA JA MERKITYS
TAPAUKSEKSI HYVINKÄÄ, LOHJAA JA PORVOO
PASI SAUKKONEN | OUTI SIVONEN

SELVITYKSESSÄ KÄYTETYT MENETELMÄT

- Taide- ja kulttuuritoimijoiden hankittu tieto kuntien edustajilta lähetettyjen **latauskyselyjen** avulla.
- Tietoa kuntien itse tuottamasta sekä rahattomalla järjestämällä kulttuuritoiminnasta hankittiin myös suorittamalla kaupunkien kulttuuritoiminnan **tiedonkeruuhankkeessa** hyödynnetty kyselyyn avulla.
- Lohjallaite kulttuuritoimijoille lähetettiin **kysely**, jossa tiedotettiin taide- ja kulttuuritoiminnan rahastusta ja muita resursseja, toiminnan organisoitua ja toteutusta sekä käsiteltiin Lohjan kulttuuritoimintaa.
- Etenkin viimeksi mainittua asiaa selvitettiin myös lohjalaisen kulttuuri-toimijoiden **yhdistyksen ryhmittäytymällä**.
- Pilottihankke** osoitti, että tällaisiin kyselyihin tarkastele- ja tietojenkeruuta on hedeellinen ja että sitä kannattaa kehittää edelleen.

ONNISTUMISET JA HYVÄT KÄYTÄNNÖT: LOHJA

- Kolmas sektori ja vapaa kenttä ovat aktiivisia -innostus tulevaisuuteen nähty. Kenttien aktiivisuus lähtee paikallisten innostuksesta.
- Lohjan kesä on toimiva konsepti. Ohjelmaa on monipuolista ja se tavoittaa myös kuntalaisleikkien laajalle leikkimieheille ja lapsille.
- Cafe Lauri on paikallisena aktiivisena esimerkkinä siitä, kuinka pieni yksityinen toimija voi muokata kaupungin ilmeänsä. Laurin alla järjestetty kahviloiden kulttuuritoiminta aktivoi lohjalaisia taidekenttää ja tarjoaa matkan kymmenen osallistumismahdollisuutta kuntalaisille.
- Orkesterin merkitys oli ilmeinen Lohjan kulttuuritoiminnalla. Orkesteri tarjoaa monipuolista kulttuuritoimintaa kuntalaisille. Toisaalta orkesterilla on merkittävä rooli kaupungin positiivisen kulttuuritoiminnan luomisessa. Orkesterista tunnettiin myös vahva paikallisyhteisö.
- Orkesterin kirjasto- ja kulttuuritoiminta on merkittävä osa kaupungin positiivisen kulttuuritoiminnan luomisessa. Orkesterista tunnettiin myös vahva paikallisyhteisö.
- Orkesterin kirjasto- ja kulttuuritoiminta on merkittävä osa kaupungin positiivisen kulttuuritoiminnan luomisessa. Orkesterista tunnettiin myös vahva paikallisyhteisö.

Peustetietoja Hyvinkään, Lohjan ja Porvoon kunnilta vuodelta 2014.

	Hyvinkää	Lohja	Porvoo
Auskaatelu	46 366	47 624	49 728
Pinta-ala km ²	323	939	655
0-14-vuotiaiden osuus väestöstä, %	16,4	17,7	17,7
15-64-vuotiaiden osuus väestöstä, %	64,6	62,3	63,8
65-64-vuotiaiden osuus väestöstä, %	19,1	20,0	18,4
Katteen- ja puuston suhteellinen suuruus suhteellisesti 15 vuotta täyttäneistä, %	29,4	26,1	31,1
Työttömyysaste, %	10,9	11,7	11,6
Ruutukilometrien osuus väestöstä, %	0,8	3,5	30,1
Ulkomaan kansalaisten osuus väestöstä, %	3,3	2,9	4,1
Asumuskuntien lukumäärä	22 123	21 760	22 579
Kesäkielien lukumäärä	417	8 408	3 697
Yhtyskuntien lukumäärä	2 760	3 376	3 378

Nettokäyttökustannukset yhteensä

	Hyvinkää	Lohja	Porvoo
Euroa / asukas	116	162	166

LISÄTIETOA / LINKEJÄ

- Julkaisu: **Taiteen ja kulttuurin toimijat, toiminta ja merkitys** Cuporen verkkosivulla: <http://www.cupore.fi/verkkosivut/40.php>
- Kuntien kulttuuritoimintaa koskevia tutkimuksia ja selvityksiä Cuporen verkkosivulla: <http://www.cupore.fi/kuntienkulttuuritoiminta.php>

Kuva 10: Cuporen ensimmäinen tietokortti, Cupore.

Tietokortit löytyvät Cuporen nettisivuilta omalta alisivultaan julkaisut-sivun alta. Cuporen johtaja kertoo, että tietokorttien käyttämisestä suoraan lähteenä on keskustelua ja tultu tulokseen, että niitä voidaan käyttää lähteenä. Ne pohjaavat tutkittuun tietoon. Ohjeistus lähdeviittauksen tekemiseen on annettu. Tietokortit eivät kuitenkaan saa erillisen julkaisun statusta, kuten yksilöllistä ISBN-tunnusta.

Tietokorttien käyttämisestä ei ole tutkittuja tuloksia, kertoo Cuporen johtaja. Klikkaus ja latausmäärät ovat suhteessa suuria. Mutta lataukset itsessään eivät kerro käyttämisestä. Tarkoista luvuista ei puhuttu. Käyttäjiltä saadun palautteen sekä havaintojen perusteella tietokortteja hyödynnetään paljon. Erityisesti niistä on hyötyä asiantuntijoille, jotka menevät esittelemään aihetta esimerkiksi osana ammattikorkeakoulujen opetusta,

asiantuntijatilaisuuksissa tai päättäjien lähdemateriaalina. Niitä näkee käytettävän myös osana aiheeseen liittyvää someviestintää. Tietokorteista on toteutettu myös ruotsin- ja englanninkieliset versiot, mikä on saanut positiivisen vastaanoton Cuporen partnereilta.

Tietokorttien tekemistä aiotaan jatkaa, niistä on tullut Cuporessa käytäntö. Tietokorttien lisäksi on ryhdytty tekemään tietovihkosia. Ensimmäinen tietovihkonen on julkaistu 2019. Ne ovat maksimissaan 16 sivun mittaisia tiivistyksiä. Tarve tietovihkosiin on tullut sekä käyttäjiltä että julkaisujen tekijöiltä. Niiden lähtökohta on ollut tiivistämisen tuskassa, haasteltu naurahtaa. Tietokorttien rajoitukset tiedon määrälle esimerkiksi monen vuoden mittaisesta tutkimushankkeesta on koettu haastavaksi, mutta laajan tutkimusraportin tiivistäminen kuitenkin olennaiseksi. 16 sivun mittaisessa kokonaisuudessa on enemmän mahdollisuutta kertoa näkökulmista ja prosesseista – ja lukijan saada kokonaisempi käsitys hankkeesta.

Tietokorteista ja tietovihkosista viestitään osana Cuporen yleistä viestintää. Viestintä painottuu julkaisuajankohtaan ja sitä toteutetaan pääosin laajalle lähtevän uutiskirjeen sekä someviestinnän kautta. Tämän jälkeen ne ovat löydettävissä Cuporen nettisivuilta, mutta erillistä viestintää ei varsinaisesti uutisoinnin jälkeen tehdä. Cuporen johtaja näkee viestinnässä kehittämisen tarvetta. Viestintä sekä julkaisujen vaikuttavuuden lisääminen ja vaikuttavuuden todentaminen on alalla yhteinen kehittämisen haaste.

Julkaisu-CV:n yhteiskehittäminen

Julkaisu-CV:n sisältöä kehitettiin yhteiskehittämisen työpajassa liittyen pian julkaistamaan Osallistuen töissä -julkaisuun. Se on muodoltaan verkkojulkaisu. Koosteen tekemisen ja viestinnän suunnittelun osalta verkkojulkaisu ei eroa kirjamuotoisesta julkaisusta.

Työpajaan 12.1.2024 osallistui kuusi henkilöä, toinen julkaisun toimittajista, kaksi sisällöntuottajaa, kaksi julkaisuasiantuntijaa sekä TKI-viestinnän asiantuntija. Julkaisun toteuttaneilla henkilöillä on suora tavoite julkaisusta viestimiseen. Julkaisu- ja TKI-viestinnän asiantuntijoilla on lisäksi myös yleisempi intressi viestinnän kehittämiseen, jota tämän esimerkin myötä voi pohtia.

Työpaja noudatti tyypillistä fasilitoidun työpajan rakennetta: tavoitteen täsmennys, virittäytyminen, alustus, yhdessä ideointi ja kehittäminen, ratkaisut/valinnat ja jatkosta sopiminen. Työpajan rakenne ja juoksutus suunnitelma on esitetty kuvassa 11, samassa muodossa kuin se työpajassa esitettiin.

Viestintäväliseen yhteiskehittäminen Osallistuen töissä -julkaisulle

Perjantai 12.1.2024, Johanna Tirronen



Kuva 11: työpajan rakenne ja kulku.

Työpajan alussa kerrattiin työpajan tavoite. Olennaisin tavoite oli esimerkkijulkaisun julkaisu-CV:n kehittämisessä, sivutavoitteena yleisemmin käytettävän viestintäväliseen kehittäminen sekä työtapojen testaus mahdollisia hanketoimijoille suunnattuja julkaisutyöpajoja ajatellen. Virittäytymisen jälkeen toinen julkaisun toimittajista esitteli julkaisun, ja minä esittelin keskeisiä löydöksiä kehittämistyöstä opettajien tarpeita jäsentäen.

Yhteiskehittämisen osuudessa tuotettiin sisältöä julkaisu-CV:tä varten viidellä eri menetelmällä. Yksin, pareittain, ryhmissä ja yhdessä toteutettavat osuudet vaihtelivat, samoin lyhyt- ja pidempikestoiset osuudet. Sisältöä tuotettiin:

1. Julkaisua kuvaavilla adjektiiveilla ja adjektiivijanoilla, ja niiden pohjalta visuaalisia suuntia valitsemalla. Nopea yksin tehtävä virittäytyminen visuaaliseen ajatteluun.
2. Eri alojen opintojaksosisältöjen ja julkaisun sisältöjen yhdistäviä asioita hakien. Ensin yksin asiasanojen poiminen, sen jälkeen yhdessä asiasanoja teemoitellen.
3. Klikkiotsikkoja ja röhkeitä lupauksia erottuvan mainoslauseen kehittämiseksi. Ensin yksin ideoiden, sitten pienryhmässä ideoita jalostaen.
4. Julkaisun määrällisesti esitettäviä piirteitä ideoiden cv:ssä visuaalisesti esitettäviksi asioiksi. Pienryhmässä visuaalisen syötemateriaalin johdattamana ideointi.
5. Matriisityökalua hyödyntäen erilaisia kuvavaihtoehtoja ideoiden. Pareittain aikapainestettu aivoriihi. Kierro ryhmästä toiseen kuvaideoita kehittäen.

Jokaista osuutta varten oli valmiina joko sisällön ääreen johdattavaa tekstimateriaalia, työpohja tai visuaalisia syötteitä. Tämä auttoi nopeasti ydinasian ja ideoinnin äärelle sekä tuki tehtävänantoja. (Kuvat 12–14.)



Kuvat 12–14: Työpajan syötämateriaalia.

Työpaja eteni suunnitelman mukaisesti. Materiaali tuotettiin paikan päällä kirjoittamalla ja piirtämällä. Työpajan kulkua dokumentoitiin valokuvaamalla sekä muistiinpanoin. (Kuvat 15–17.)



Kuvat 15–17: Työpajassa tuotettua materiaalia.

Työpajassa tuotettiin sisältöjä Osallistuen töissä -julkaisun CV:tä varten. Materiaalia syntyi runsaasti. Työpajan loppuun keskusteltiin siitä, mitkä olisivat olennaisimpia sisältöjä mukaan otettavaksi nimenomaan vastaanottajaa, ammattikorkeakoululehtoria, ajatellen.

Yhteisen keskustelun tuloksena olennaisimmiksi valittiin:

- tiivistetty sanapilvi/hakusanat kertomaan sisällöstä ja kiinnittämään julkaisu eri opintojaksojen sisältöihin
- 3–6 määrällistä graafia julkaisun olennaisimmista faktatiedoista kuvaamaan erityisesti sen monipuolisuutta ja monialaisuutta

- 3–6 janaa kuvailemaan julkaisun luonnetta
- kuva herättämään vastaanottajan huomio

Hakusanoista todettiin, että niiden kirjoitusmuodot täytyy tarkistaa yhteneväksi julkaisun kanssa. Määrällisistä graafeista tarkistettavaksi jäi faktatieto. Esille nousi myös tarve silaukselle huumoria. Sitä voitaisiin tuoda mukaan yksittäisellä graafilla tai janalla esimerkiksi ottamalla kuvaileviin janoihin mukaan joku negatiivinen piirre, jolloin huomion kiinnittää se, ettei seikka ole saanut pisteitä. Kuvan toteuttamiseen päätettiin hyödyntää tekoälyä. Keuhotte laadittiin työpajan kuvaidea-matriisien pohjalta.

Julkaisu-CV:n prototyyppi toteutettiin työpajassa kehitetyn sisällön ja yhdessä tehtyjen valintojen pohjalta (kuva 18). Siitä toteutettiin sekä vaaka- että neliöformaatti, samoin pdf- ja jpg-tiedosto, eri käyttötarkoituksia varten. Pdf-versiossa on suora linkki julkaisuun sekä julkaisun nimestä että sen verkko-osoitteesta. Sosiaalisen median käyttöä varten tehdyssä kuvatiedostossa linkki on laitettava erikseen postauksen oheen.

Yksi osaaminen, monta ratkaisua

Osallistuen töissä
Elina Ala-Nikkola & Anne-Mari Raivio (toim.) 2024

29 artikkelia (n. 7 min luku-aika)
14 podcastia (n. 25 min kuuntelu-aika)

34 sisällöntuottajaa
14 eri organisaatiosta
27 eri toimialalta

Osallistuen töissä on verkkojulkaisu osallisuudesta. Asiantuntijat ovat asettuneet ihmettelemään osallisuuden mahdollisuuksia, karikoita ja riemunhetkiä työelämässä. → osallistuen.metropolia.fi

Osallisuus ryhmäprosessit johtaminen toimijuus
työyhteisötaidot osallistuminen dialogisuus
organisaation osallistaminen osallistava tyote
kehittäminen toimintakulttuuri
yhteis-kehittäminen vuorovaikutus työssä oppiminen
ohjaustilanteiden suunnittelu **fasilitointi**

käytännöllisyys ●●●●●
moniaanisyyt ●●●●●
teoreettisuus ●●○○○

ihimillinen ●●●●●
oivalluttava ●●●●●
runsas ●●●●●

Metropolia

Kuva 18. Julkaisu-CV Osallistuen töissä -julkaisulle.

Palaute työpajasta oli pääosin myönteistä, myös muutama kehittämisselhdotus nousi esille. Työpajan yleistunnelma oli rento ja puhelias. Osallistujat heittäytyivät mukaan eri työpajan osioihin ja parhaimmiksi arvioidut ja kummallisimmat ideat saivat paljon kannustusta.

”Olipa hauskaa” ”Tosi monipuolinen” ”Luovuutta ruokkiva.”

Virittäytyminen työpajaan oli nopea. Osallistujilta havaintona oli, että tässä työpajassa viritäytyminen oli riittävä, mutta jos paikalla olisi ryhmä toisilleen tuntemattomia henkilöitä, tarvittaisiin alun ryhmäytymiseen enemmän aikaa. Tämä on tärkeä huomio, sillä psykologisen turvallisuuden muotoutuminen on työpajan onnistumisen kannalta olennaista. Sille tärkeä perusta luodaan erityisesti työpajan alussa.

Työpajaa pidettiin monipuolisena kokonaisuutena ja eri työtapojen erilaisuutta rikkautena. Jos yksi menetelmä/työtapa ei saanut omia ajatuksia ja luovuutta heräämään, seuraava mahdollisti sen. Mukana oli sekä osallistujille entuudestaan tuttuja työtapoja että uusia. Menetelmiin oli osallistujien mukaan helppo tarttua. Ne ruokkivat luovuutta, mutta eivät vaatineet esimerkiksi piirustustaitoa tai muuta osaamista, mitä kaikilla ei välttämättä ole. Tämän vuoksi ne voisivat toimia hyvin myös osana mahdollista julkaisumuotoilun työpajaa.

Myös sitä pidettiin hyvänä, että työpajan aikana työskenneltiin erilaisissa kokoonpanoissa. Yksin työskentelyä oli vain vähän. Yksi osallistujista toi sen esille kehittämisehdotuksena. Tämä onkin totta, usein kehittäminen yksin ennen yhteistä työskentelyä tukee ideointia ja osallistumista. Se unohtuu helposti, kun mielessä on yhteiskehittäminen.

Itse idea julkaisu-CV:stä oli osallistujien mielestä edelleen hyvä ja testaamisen sekä mahdollisesti myös jatkokehittämisen arvoinen. He jäivät odottamaan sekä julkaisu-CV:n toteutusta, että erityisesti tietoa sen vastaanottamisesta kohderyhmässä.

Julkaisu-CV-prototyypin testaus

Julkaisu-CV:tä testattiin kuuden kohderyhmän eli oppimistoiminnan edustajan kanssa. He tulivat kolmelta eri osaamisalueelta, kulttuurista, liiketaloudesta ja hyvinvoinnista, ja edustivat kuutta eri tutkinto-ohjelmaa. Osallistujilla ei ollut etukäteen käsitystä siitä, mistä on kyse, vaan vastaukset perustuivat tapaamisessa näytettyyn Osallistuen töissä -julkaisun CV:hen ja esitettyihin kysymyksiin. Vastaukset olivat hyvin yhdensuuntaisia, joten totesin määrän riittäväksi. Lyhyet 10–15 minuutin testaukset olivat keskustelunomaisia.

Testaustapaamisissa käsiteltiin seuraavia aiheita:

- Miltä idea vaikuttaa?
- Jos julkaisuista olisi tehtynä tällainen kooste, vaikuttaisiko se siihen, miten käytäisit julkaisuja?
- Puuttuuko konseptista jotakin olennaista?
- Mitä kautta julkaisu-CV tavoittaisi sinut parhaiten?

Keskustelun aiheet käsittelivät julkaisu-CV-konseptia sekä siihen liittyvää viestintätarvetta. Vastaukset teemoiteltiin neljään kategoriaan: positiivinen palaute ja kehittämisajatukset liittyen itse julkaisu-CV:hen, huolia ja ideoita liittyen viestintään (kuvio 22).

<p>POSITIIVINEN PALAUTE</p> <ul style="list-style-type: none">• On hyvä idea. Hieno idea.• En keksi mitään mitä tarvitsisi lisätä tai ottaa pois.• Kuva kiinnittää huomion.• Tiivis visuaalinen ja informatiivinen kokonaisuus.• Nopeasti saa kuvan, mistä on kyse.	<p>KEHITTÄMISAJATUKSET</p> <ul style="list-style-type: none">• Tekijätiedot kiinnostaisivat.• Joku suora kohderyhmän puhuttelu vielä lisäksi. Ehkä joku myyvämpi lause.• Miks tää olisi just mulle? Minkä mun haasteen tämä ratkaisee? Vieläkin selkeämmin.
<p>HUOLIA</p> <ul style="list-style-type: none">• Olisi hyödyllinen, mutta mitä kautta tulisi läpi?• Haaste on saavutettavuudessa, kun joka tutkinto-ohjelmassa on omat tavat. Meidän opet ei mene mihinkään keskitettyyn.	<p>IDEOITA</p> <ul style="list-style-type: none">• Tiedon saaminen sieltä, missä joka tapauksessa kokoonnutaan.• Henkilökohtaisuus. Joku sanoisi, että tää tuli vastaan, tää sopisi just sulle.• Mulle olis paras, jos tulisi tutkintovastaavan tai OAP:n kautta.• Pitäisi tulla vastaan Omassa (intranet) ilman etsimistä.• Joku teemoiteltu ja kuratoitu platform.• Ländärisivu jossa CV. Sit sieltä linkki.• Hyvä hakukoneoptimointi.

Kuvio 22: Kooste julkaisu-CV:n testauksesta

Itse idea sai erittäin positiivisen vastaanoton. Julkaisu-CV:n todettiin kiteyttävän olennainen nopeasti hahmotettavaan muotoon. Sen perusteella olisi nopea faktapohjaisesti todeta julkaisu joko itselle hyödylliseksi tai ohitettavaksi. CV:n visuaalisuus vetää puoleensa tutkimaan sisältöä.

CV:n sisältöä pidettiin hyvänä, kaikki sen osat koettiin tärkeiksi. Kaksi sisällönkehitysidea tuli esille. Yksi vastaaja kertoi, että tarkemmat tekijätiedot kiinnostaisivat. Kaksi vastaajista toi esille sen, että vieläkin tarkempi kohderyhmän puhuttelu, myyvä lause, voisi olla tarkoituksenmukainen lisäys. CV:ssä voisi olla esimerkiksi lausemuotoinen vastaus siihen, miksi tämä olisi juuri minulle, minkä haasteen tämä ratkaisisi. Molemmat toisaalta totesivat sanapilven toimivan varsin hyvin tässä roolissa.

Olennaisimmaksi kysymykseksi nousi se, miten julkaisu-CV tavoittaisi opettajat. Tämä huoli tuli esille kaikissa tapaamisissa jo ennen kuin asiasta kysyttiin.

Vastaajat esittivät useita ratkaisuihideoita julkaisu-CV:stä viestimiseen. Kaikkien vastauksia yhdistää tarve helppouteen opettajan kiireisessä arjessa. Asian tulisi tulla vastaan niissä yhteyksissä, joissa työn puolesta joka tapauksissa liikutaan, kuten tiimikokoukset tai osaa-misalueen yhteiset tapaamiset ja tapahtumat.

Samoin kuratointi, valmiiksi tehty suodatus, nousi esiin liki kaikkien pohdinnoissa. Opetta-jilla ei ole halua tietää kaikesta, vaan pelkästään niistä julkaisuista, jotka kohdentuvat omaan alaan ja mieluiten suoraan omaan vastuualueeseen. Tässä tutkintovastaava olisi luonteva tutkintokohtainen suodattaja ja viestin välittäjä.

Suodatettu ja henkilökohtainen viesti julkaisu-CV:n tukemana toimisi vastausten perusteella erityisesti julkaisuajankohtana, kun asia on uutinen. Samoin julkaisuajankohtana on olen-naista kahden vastaajan esille nostama helppo jaettavuus sosiaalisessa mediassa, erityisesti LinkedInissä. He totesivat pääosin tarttuvansa uuteen materiaaliin LinkedInissä vastaan tulevien postausten kautta.

Pohdittaessa viestin välittymistä julkaisuajankohdan jälkeen tulivat esille isoimmat haasteet sekä järjestelmiin liittyvät asiat. Olemassa olevien kanavien hyödyntäminen olisi myös tässä avainasemassa. Osassa tutkinto-ohjelmia on omia jaettuja kansioita ja tiedostoja, joihin suodatetun tiedon julkaisuista voisi liittää. Myös tällöin vastuu ja lisätyö kohdistuisi tutkinto-vastaavalle. Organisaation intranetin, Oman hyödyntäminen olisi keskitetty ratkaisu. Oman etusivulla voisi olla otsikko ”opetuksen tueksi” tai vastaava, jonka alta voisi löytyä linkit eteenpäin. Kaksi vastaajista toi esille, että teemoittelu tukisi viestin välittymistä.

Olennaisena asiana puolet vastanneista toi esille tarpeen julkaisujen hakutoiminnon kehit-tämiseen. He pohtivat, voisiko haku viedä ensin julkaisu-CV:isiin. Niiden pohjalta olisi nopea tehdä valinta omaan tarpeeseen osuvista julkaisuista. Vastaajista markkinoinnin asiantun-tija pohti, että haku voisi viedä laskeutumissivulle, jossa tulisi vastaan julkaisu-CV. Julkaisu-CV:n hakukoneoptimointi on erityisen olennaista, jotta vastaanottajalle olennaiset hakusa-nat johdattavat tietoa hakevan sujuvasti niiden äärelle. Tämä voisi olla hänen mukaansa kuitenkin helpommin toteutettavissa kuin itse julkaisujen hakukoneoptimointi.

6.16 Vaihe 3: Arvio julkaisu-CV:n toimivuudesta

Taustaksi julkaisu-CV-idean kehittelylle haastateltiin kulttuuripolitiikan tutkimuskeskus Cu-poren johtajaa. Cuporessa on ollut käytössä julkaisujen tietokortit vuodesta 2016 alkaen. Olennainen ero Cuporen tietokorttien ja julkaisu-CV:n välillä on tiedon määrässä ja visuaa-lisuudessa. Cuporen tietokorttien tavoitteena on tiedollinen tiivistäminen ja toissijaisesti viestintävälineenä toimiminen. Julkaisu-CV:n tavoitteena on erityisesti viestintävälineenä

toimiminen. Tietokorttia voi käyttää sellaisenaan tiedon lähteenä, julkaisu-CV on johdattamassa varsinaisen julkaisun äärelle eikä se toimi erikseen lähdemateriaalina.

Julkaisu-CV-konsepti on saanut positiivisen vastaanoton, jonka perusteella idea olisi kehittämisen arvoinen. Se auttaa opettajaa tekemään nopeasti harkitun päätöksen siitä, vastaako julkaisu omiin materiaalihaun tarpeisiin. Sikäli sen voisi olettaa lisäävän julkaisujen hyödyntämistä osana oppimistoimintaa.

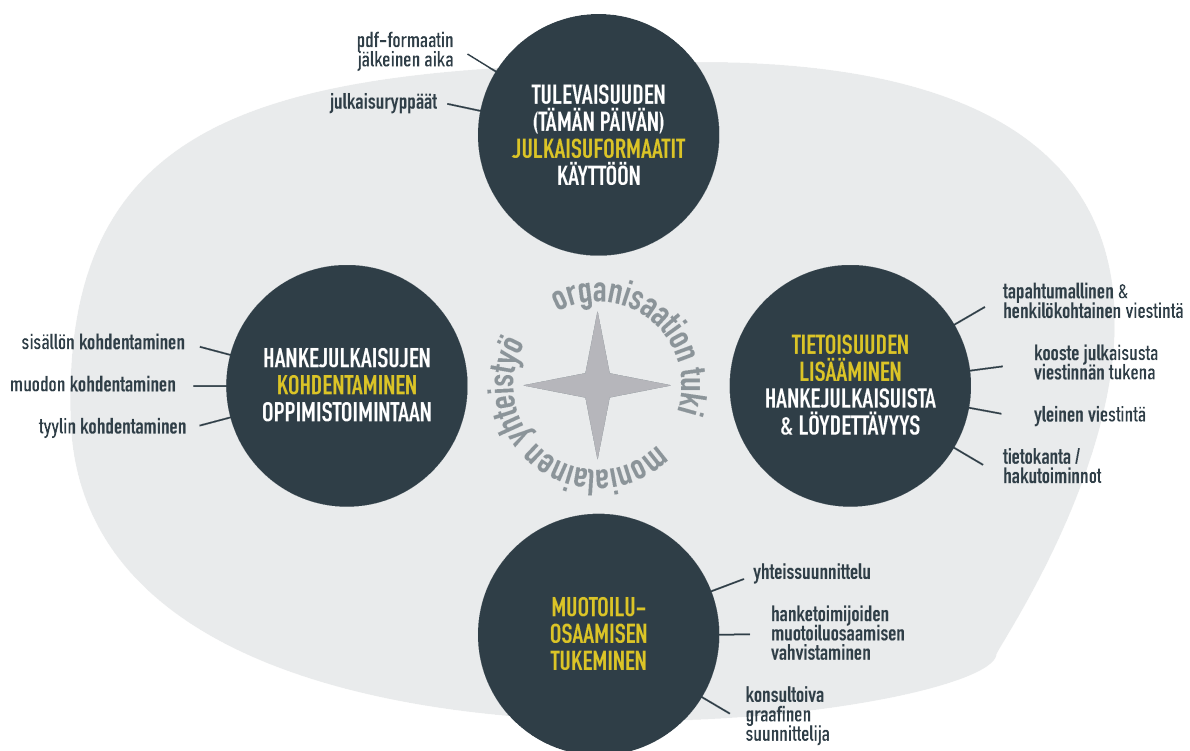
Julkaisuajankohtana julkaisu-CV tukisi viestintää uudesta julkaisusta niin sosiaalisessa mediassa kuin muissakin viestintäkanavissa, kunhan siitä on saatavilla eri kanaviin sopivat formaatit. Näin on tapahtunut esimerkkijulkaisun kanssa. Tieto Osallistuen töissä -julkaisusta julkaisu-CV:n kera on levinnyt erityisesti LinkedInin välityksellä nopeasti. Sitä on ollut julkaisun tekijöiden mukaan sekä helppo että mukava jakaa. Se saatiin mukaan myös Metropolian työelämäyhteistyökumppaneille lähtevään uutiskirjeeseen. Tässä tärkeänä tekijänä oli julkaisun sisällön ja organisaation strategisten tavoitteiden yhteneväisyys. Tieto välittyi julkaisu-CV:n välityksellä organisaation viestinnästä vastaaville.

Konseptiin liittyy jo ennalta tunnistettu haaste, joka nousi selkeästi esiin myös osana kokeiluidean testausta. Miten julkaisu-CV ja itse julkaisu, tavoittaisi kohderyhmänsä sen jälkeen, kun uutisarvo on haihtunut? Hakutoimintojen sekä hakukoneoptimoinnin kehittäminen olisi tässä merkittävässä roolissa. Vastaanottajalle olennaisen hankejulkaisun löytäminen olisi tapahduttava helposti, jotta julkaisuja haettaisiin ja niitä tulisi otettua käyttöön. Tässä mahdollisesti kulku julkaisu-CV:n kautta voisi olla toimiva ratkaisu. Tiiviistä koosteesta tieto löytyy nopeammin kuin mutkien kautta päätyminen julkaisuun ja sisällysluetteloon perehtymällä. Julkaisu-CV:n hakukoneoptimointi edesauttaisi sen löytymistä yleisten hakukoneiden kautta.

7 Ehdotukset hankejulkaisujen hyödyntämisen lisäämiseksi

7.1 Neljän kehittämissuunnan kokonaisuus

Tämän kehittämistyön tulosten pohjalta on esitettävissä neljä perusteltua kehittämissuuntaa hankejulkaisujen nykyistä laajempaan hyödyntämiseen ja juurtumiseen osaksi oppimistoimintaa. Ne ovat: tietoisuuden lisääminen hankejulkaisuista, julkaisujen kohdentaminen, julkaisumuotoiluosaamisen lisääminen sekä julkaisuformaattien päivittäminen. (Kuvio 23.) Tulokset ovat yhtenevät tietopohjassa esitetyn kanssa. Toimintaympäristöön liittyviä erityispiirteitä nousee kuitenkin esille.



Kuvio 23. Neljän kehittämissuunnan kokonaisuus.

7.2 Tietoisuuden lisääminen hankejulkaisuista ja julkaisujen löydettävyys

Tärkein kehittämisen kohde hankejulkaisujen juurtumiselle osaksi oppimistoimintaa tämän kehittämistyön perusteella on lehtoreiden tietoisuuden vahvistaminen julkaisuista sekä julkaisujen löydettävyyden tukeminen. Tämä on yhdenmukaista juurruttamisen näkökulman kanssa. Vaikuttava viestintä on läpileikkaava ja jatkuva osa juurruttamisprosessia, jota ilman toivottua muutosta on mahdotonta saada aikaan (Halonen 2021, 20.) Tieteellisten julkaisujen vaikuttavuutta pohtiva Laaksonen ym. (2020) kärjistää, että julkaisujen avoimuuden ajatellaan korkeakouluympäristössä herkästi itsessään lisäävän vaikuttavuutta. Ajatus, että kunhan julkaisu on jossakin saatavilla, löytää se tiensä lukijoiden luokse ei kuitenkaan

ole toimiva. Tiedon jalkautuminen käyttäjilleen, sinne missä se voi vaikuttaa, vaatii kohdennettua viestintää. (Laaksonen ym. 2020, 26–27.)

Kehittämistarve on organisaatiossa tiedostettu, mutta esimerkiksi TKI-viestinnän asiantuntijan ja julkaisutiimin resurssit eivät nykyisellään riitä konsultointia laajempaan viestintätöihin. Resurssien riittävyys lienee osasyynä myös siihen, että julkaisut eivät nouse tällä hetkellä osaksi organisaation yleistä viestintää, viestinnän linjausten ohella. Viestintä on pääosin hankkeen vastuulla. Hankkeen päättymisen jälkeen vastuutahoa hankkeesta ja sen julkaisuista viestimiselle ei enää ole.

Tietoisuuden lisäämisen ja löydettävyyden haasteen ratkaisuehdotukset ovat:

- julkaisukooste-konsepti viestinnän tueksi
- tapahtumallinen ja henkilökohtainen viestintä
- julkaisujen hakujärjestelmän kehittäminen
- hankejulkaisut osaksi organisaation viestintää.

Kooste hankejulkaisusta viestinnän tueksi

Tämän kehittämistyön osana on kehitetty, prototypoitu ja testattu idea koosteen hyödyntämisestä julkaisusta viestimiseen (tarkemmin luku 6.15). Koosteen olennaisin ajatus on viestiä kohdehenkilölle ytimekkäästi se, mikä julkaisussa on juuri hänelle merkityksellistä. Aiemmissa selvityksissä on todettu, että hankkeiden tuloksia tulisi tuoda kohderyhmien saataville helposti käyttöön otettavalla tavalla, kärkenä vastaanottajalle merkitykselliset sisällöt. (Turpeinen 2014; Ruokolainen 2022.)

Kehitetty idea kulkee nimellä julkaisu-CV. Se on visuaalista CV:tä muistuttava informatiivinen, yhden sivun laajuinen ja nopeasti hahmotettava kokonaisuus. Julkaisu-CV:n elementit koostettiin huomioiden tässä kehittämistyössä opettajien esille nostamia olennaisia opetusmateriaalin piirteitä. Nopean kokeilun perusteella ajatus on jatkokehittämisen arvoinen. Se voisi tukea ja lisätä hankejulkaisujen hyödyntämistä. Kokeiluidean testaukseen osallistuneiden palaute julkaisu-cv-konseptista oli positiivinen ja kannustava.

Viestintähaastetta kooste ei ratkaise. Olennaiseksi kehittämisen kohteeksi jää koosteiden säilytyspaikan ja löydettävyyden ratkaiseminen sekä niistä viestiminen. Samoin kehittämistä vaatii koosteen muodon kehittäminen niin, että se toimisi yleisenä pohjana. Resursoinnin näkökulmasta olennaista olisi, että pohja ei vaatisi pientä tukea enempää graafisen suunnittelijan työpanosta. Koosteen saavutettavuuden huomioiminen on tärkeä osa sen kehittämistä. Myös muun tyyppisiä koosteita viestinnän tukena on järkevä pohtia.

Tapahtumallinen ja henkilökohtainen viestintä

Lehtoreiden prosessiin mukaan kutsumisen sekä tapahtumallisen ja henkilökohtaisen viestinnän merkitys nousi selvästi esiin kehittämistyössä. Juurruttamisen tietopohjassa todetaan samoin, yksisuuntaista viestintää tehokkaampaa on vuorovaikutteinen, sitouttava ja luottamusta rakentava yhteistyö kohderyhmäedustajien kanssa (Koskinen ym. 2018, 122–123; Halonen 2021, 20).

Aidon kohtaamisen ja vaikuttamistyön jälkeen hankejulkaisun käyttöön ottamiselle on suurempi todennäköisyys. Tapahtumat ovat toimiva väylä hankkeen vaikuttamistyöhön (Åman-Kyyrö 2021, 111). Hanketyön juurruttamista paljon pohtinut Halonen (2021) puhuu samoin henkilökohtaisen ja tapahtumallisen viestinnän puolesta juurruttamistyössä. Tavoitteena ei ole vastaanottajien määrä, vaan kohderyhmien aito aktivoituminen. (Halonen 2021, 20–25.)

Tapahtumallisen viestinnän rakentaminen olemassa olevien tilaisuuksien ja tapahtumien oheen, kuten osaamisalueiden tapaamiset ja kehittämispäivät, voisivat toimia areenana julkaisuista viestimiselle organisaation sisällä. Tällöin olisi mahdollista kohdentaa viestintää yhden osaamisalueen lehtoreille, niin uusimmista julkaisuista kertoen kuin aiemmista muistuttaen. Samoin tiedon välittyminen suodatettuna tiimi- ja tutkintovastaavien kautta tiimikokouksissa tukisi tietoisuutta hankejulkaisuista. Yksisuuntaisen tiedottamisen sijaan myös tässä dialogisuus ja osallisuuden tukeminen, aidosti merkityksellisen asian äärellä on olennaista, jotta kohderyhmä todella aktivoituu ja juurtumiselle on edellytykset.

Metropolian yhteistyöalusta Luova Dimension organisoima Hetkinen-tapahtumakonsepti voisi olla yksi potentiaalinen foorumi hankejulkaisuista viestimiselle. Tällä hetkellä tilaisuus on hanketoimijoille suunnattu. Sen laajentaminen oppimistoimintaan voisi Luova Dimension koordinoijan kanssa käymäni keskustelun pohjalta olla mahdollista. Se palvelisi yhteistä tavoitetta hanke- ja oppimistoiminnan tekijöiden kohtaamisesta.

Oma säännöllinen tapahtuma liittyen hankejulkaisuihin organisaation ja osaamisalueiden sisäistä tietoisuutta lisäävänä voisi olla toimiva tapa julkaisuista viestimiselle. Toimiakseen se vaatisi ensin konseptin kehittämistä kohderyhmälähtöisesti, sen lanseeraamista ja väkiinnuttamista – juurruttamista. Vieläkin kohdennetumpana juurtumista tukevana viestinnän muotona toimisivat määritetyille kohderyhmille järjestetyt seminaarit ja tilaisuudet, jotka suoraan kouluttavat hankkeen tulosten sekä hankejulkaisujen hyödyntämiseen. Tätä tehdään jo osana hanketyötä, sen edelleen kehittäminen voisi hyödyttää kaikkia osapuolia.

Ulkoisen viestinnän ja oman organisaation ulkopuolisten kohderyhmien tavoittamiseen liittyy olennaisten alan tapahtumien tunnistaminen ja niihin osallistuminen asia ja asiantuntemus edellä. Myös laajemmalle yleisölle suunnattujen omien tapahtumien

järjestäminen tukisi asian ympärille syntyvää keskustelua. Julkaisut linkittyvät luontevimmin osaksi asiantuntijoiden välistä keskustelua. Yhteistyöllä useampien saman teeman parissa toimivien hankkeiden ja sidosryhmien kesken tapahtumallisen viestinnän vaikuttavuutta voitaisiin edelleen kasvattaa (Åman-Kyyrö 2021, 119).

Hankkeen aikana viestinnän tapahtumallisuus ja henkilökohtaistaminen vaatii hankkeen asiantuntijoiden panosta. Tarvitaan motivaatiota kiertää asiantuntijana puhumassa aiheesta ja osallistua sosiaalisessa mediassa käytävään keskusteluun. Tämä tulisi suunnitella mukaan asiantuntijan työnkuvaan, johon kannustetaan ja resursoidaan riittävästi työaika.

Julkaisujen hakutoimintojen kehittäminen

Julkaisujen hakutoiminnot kaipaavat kehittämistä. Lehtorit kokevat itselle sopivien julkaisujen etsimisen nykyisistä kanavista Metropolian nettisivuilta tai ammattikorkeakoulujen verkkoalusta Theseuksesta haastaviksi, jopa turhauttaviksi. Sopivia hakusanoja on vaikea löytää, julkaisujen nimet eivät kerro julkaisun sisällöstä ja muodosta.

Hakutoimintojen sujuvuus on olennainen osa julkaisujen käytettävyyttä. Se on edellytys niiden pariin hakeutumiselle. Helppo saatavuus ja käytettävyys varmistavat hankkeen tulosten käyttöön ottamista (Halonen 2021, 15–17). Samoin terästävät tieteellisen julkaisemisen vaikuttavuutta pohtivat Laaksonen ym. (2020), ollakseen vaikuttavaa tiedon tulee olla löydettävissä oikeaan aikaan, oikeassa paikassa ja sellaisessa muodossa, jossa se on vastaanottajalle käyttöön otettavissa (Laaksonen ym. 2020, 26–27).

Kehittämistyön kuluessa on noussut esille ajatuksia e-kirjojen hakujärjestelmien tai ruokareseptien hakukoneiden tyyppisestä julkaisuhausta. Siinä olisi selkeät ja helppokäyttöiset, mutta monipuoliset suodatusmahdollisuudet erilaisille julkaisutyypeille niin sisällön kuin muodonkin suhteen.

Julkaisu-CV-kokeiluidean testaamisen yhteydessä keskusteluun nousi ajatus, että haku voisi viedä ensin koosteisiin. Koosteiden pohjalta saisi täsmällisesti ja nopeasti valittua itselle sen tarkoituksenmukaisen julkaisun. Voisiko koosteiden vakiinnuttaminen, niiden haun kehittäminen ja sitä kautta ohjautuminen varsinaiseen julkaisuun olla toimiva yhdistelmä tukemaan julkaisujen sujuvaa löytämistä? Hakukoneoptimointi koosteisiin liittyen on tässä olennaista, jolloin myös yleiset hakukoneet nostaisivat julkaisukoosteet hakutuloksiin.

Hankejulkaisut osana organisaation viestintää

On selvää, että viestintä on valintoja, kaikesta ei voi viestiä. Suuren organisaation sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä on oltava strategiaa tukevat selkeät linjat, tavoitteet ja toimintatavat. Hankejulkaisut ovat osa vaikuttavaa TKI-toimintaa, josta viestiminen on

tunnistettu TKI-toiminnan tavoitteeksi niin Metropoliasa kuin 3AMK liittoumassa (Huttunen ym. 2021, 14.) Miten hankejulkaisuista viestiminen tukisi Metropolian viestintätavoitteita niin, että hankejulkaisut voisivat olla säännöllinen osa niin organisaation sisäistä kuin ulkoista viestintää? Tämä olisi tarpeellinen yhteisen pohdinnan ja kehittämisen suunta.

Viestintä suurempina teemakokonaisuuksina on todennäköisesti hyvä lähtökohta hankejulkaisuista viestimisen suunnitteluun, kuten Hermiö ym. (2021) esittävät hankeviestinnän kehittämiseen liittyen. He ehdottavat myös ammattikorkeakoulurajat ylittävän ja hankkeiden yhteistyössä toteutettavan viestinnän kehittämistä. (Hermiö ym. 2021, 17–19.)

Yksi askel sisäisessä viestinnässä voisi olla julkaisuista viestiminen keskitetysti Oman, eli Metropolian intranetin kautta. Tällä hetkellä Omassa on osioita, joita kukin käyttäjä voi halutessaan tilata etusivulleen, kuten avoimet työpaikat. Samaan tapaan sieltä voisi löytyä osio myös hankejulkaisuille. Pohtimisen arvoista voisi olla myös, voisivatko hankejulkaisut soveltuvin osin istua osaksi Digivisiota ja sen avointa oppimateriaalia.

7.3 Hankejulkaisujen sisällön ja muodon kohdentaminen oppimistoimintaan

Hankejulkaisujen sisällön kohdentuminen on edellytys hankejulkaisujen käyttämisen lisääntymiselle oppimistoiminnassa, on selkeästi tullut esille tässä kehittämistyössä. Hankejulkaisun muotoilulla on kehittämistyön perusteella merkitystä juurtumiselle julkaisun löytämisen ja sisällöllisen relevanssin jälkeen. Nämä tulokset ovat yhtenevät tietopohjassa esitetyn kanssa. Vain sellaiset tuotteet tai käytänteet voivat juurtua, jotka vastaavat kohderyhmänsä tarpeisiin, sujuvoittavat työtä ja ovat helposti käytettäviä (Halonen 2021, 15–17). Tulos julkaisumuotoilun merkityksestä on tietomuotoilun teorian kanssa samansuuntainen. Visuaalinen muoto on merkittävä yhä kasvavassa määrin. Se tukee sisältöä ja lopulta on osa sitä, kaikissa näköaistin kautta havaittavissa viestintätuotteissa.

Sisällön kohdentumiseen liittyvät kehittämissuositukset ovat:

- hankejulkaisun ja opetussuunnitelman sisällön kohtaamisen varmistaminen
- kohderyhmän tarkka tunnistaminen
- hankejulkaisujen asialähtöisyys hankelähtöisyyden sijaan
- yhteissuunnittelu, jossa lehtorit mukana
- hankejulkaisujen kielellinen sopivuus korkeakouluun.

Hankejulkaisujen muotoilun kehittämisessä huomioitavia näkökulmia ovat:

- tietomuotoilun tavoitteiden mukainen julkaisumuotoilu
- kohderyhmälle muodoltaan sopivan materiaalin tuottaminen
- julkaisutyypin hyödyntäminen kohderyhmälähtöisesti.

Hankejulkaisujen sisällön kohdentuminen oppimistoimintaan

Opetusmateriaalin sisällön on vastattava opetussuunnitelman mukaisiin tavoitteisiin, jotta se vastaisi oppimistoiminnan tarpeisiin ja siten kiinnostaisi lehtoreita. Lisäksi yleisemmät pedagogiikkaa käsittelevät aiheet ovat opettajien ammatillisen kiinnostuksen kohteena. Oppimistoimintaan kohdennettu julkaisu edellyttää kohderyhmän tarkempaa tunnistamista sekä opetussuunnitelmien ja opetusmenetelmien ja niiden kehityssuuntien tuntemusta. Mitä tarkemmin hanke tuottaa ratkaisuja kohderyhmän todellisiin tarpeisiin, sitä todennäköisemmin niitä hyödynnetään (Halonen 2021, 15–17.) Samoin on painotettu ammatillisten oppilaitosten kontekstissa tehdyissä tutkimuksissa liittyen hanketulosten ja oppimistoiminnan yhteydestä (Turpeinen ym. 2014a, 41–47; Ruokolainen 2022, 33–34.)

Mikäli hankkeessa on ajatus oppimistoiminnasta potentiaalisena kohderyhmänä, olisi lehtoreiden sitouttaminen osaksi hanketyötä ja julkaisuprosessia aina hankesuunnittelusta alkaen tarkoituksenmukaista. Yhdessä työskentely vahvistaa hankkeiden tulosten ja hankejulkaisujen juurtumista osaksi kohderyhmän arkea. Yhteiskehittäminen paitsi auttaa ymmärtämään aidosti kohderyhmien näkökulmaa, tarpeita ja asenteita myös sitouttaa heti alkumetreiltä ottamaan lopputuloksena syntyvä tuote käyttöön (Koskinen ym. 2018, 118–119). Hankkeen ja opetuksen kohtaamispisteiden tunnistaminen ja niiden hyödyntäminen tapahtuu parhaiten yhdessä suunnitellen. Potentiaalisten käyttäjien osallistaminen tukee sitä, että uusien käytänteiden tuotteistus todella vastaa kohderyhmän haasteisiin (Halonen 2021, 15–17; Turpeinen ym. 2014a, 41–47).

Hankejulkaisujen asalähtöisyyden merkitys hankelähtöisyyden sijaan on tunnistettu ja esillä oleva asia osana julkaisuprosessien tukemista. Asia ja teema edellä tehty julkaisu kestää aikaa, sen relevanssi ei häviä hankkeen päätyttyä. (Hermiö ym. 2021, 107–110; Nikina-Ruohonen & Wallin 2021, 49–54.) Asalähtöisen näkökulman tarkentaminen ja sen merkityksen itsestään selväksi tekeminen hanketyön kiireisessä arjessa toimiville asiantuntijoille on edelleen tarpeen. Oppimistoimintaan kohdennetun asalähtöisen julkaisun suunnittelu ja toteuttaminen vaatii yhteistyötä ja yhteissuunnittelua eri tavoin kuin hankereportin laatiminen itselle tutusta hanketyöstä.

Yhteistyötä tehdään jo osana hankkeita ja erityisesti TKIO:ta (Esim. Hero 2023, 84; Keränen 2023, 94; Marin & Taponen 2023, 136). Yhteistyön ja yhteiskehittämisen edelleen jalostaminen on todennäköisesti tällä kohtuullisen nuorella toimintasektorilla tarpeen. Lehtoreiden laajempi osallistuminen hanketyöhön ja hankejulkaisujen suunnitteluun vaatii yhteisen tavoitteen tunnistamista ja tahtoa kaikilta osapuolilta sekä siihen kohdennettua työaikaa.

Yhteistyön myötä lehtorit toimisivat viestin viejinä ja juurruttajina omissa taustatiimeissään. Juurtuakseen osaksi ammattikorkeakoulun arkea hankkeiden tulosten tulisi löytää paikkansa oppilaitoksen strategiassa ja opetussuunnitelmassa – jopa opintokokonaisuutena tai ainakin yksittäisenä opintojakson osaamistavoitteena (Halonen 2021, 46).

Julkaisussa käytettävä kieli ja sanasto nousivat kehittämistyössä myös esille hankejulkaisujen sisällön kohdentumiseen liittyen. Oppimistoimintaan kohdentuva kieli voi tilanteen mukaan olla alaspesifiä tai yleistajuista. Karvonen ym. (2014) on mallintanut tiedeviestinnän neljä tasoa, jotka ovat sovellettavissa myös hankejulkaisuihin. Julkaisut voivat asettua alan sisäiseen keskusteluun, alojen väliseen keskusteluun, pedagogiseen tai populaariin tasoon. Alan sisäisellä tasolla ammattisanaston käyttö ja oman alan konventiot ovat vahvasti läsnä. Saman alan asiantuntija saattaa ymmärtää sisällön jopa paremmin spesifin ammattisanaston pohjalta kuin yleiskielellä ilmaistuna. Asiantuntijoiden välinen viestintä vaatii yleiskieltä, sillä alaspesifi ammattisanasto ei välttämättä avaudu toisen alan asiantuntijalle. Pedagogisella tasolla opettajasta ja oppijaryhmästä riippuen viestinnässä on vaihtelua erittäin yleistajuisesta kielestä kollegiaaliseen. Populaarilla tasolla on suuri tarve yleistajuiseen ilmaisuun kaikessa viestinnässä. (Karvonen ym. 2014, 168–174.)

Kaksi yksittäistä hankejulkaisujen sisällöllistä kohdentumista tukevaa kehittämissideaa ovat hankkeiden yleiskielisten yhteisjulkaisujen tekeminen sekä selkeästi TKIO-kärjellä toteutettavat julkaisut. Molemmat vaativat erityistä tukea niin organisaatiolta kuin julkaisutiimiltä.

Hankejulkaisujen muodon kohdentuminen ja sen yhteys julkaisujen käyttämiseen

Tietomuotoilun yleiset tiedon välittymistä tukevat piirteet koskevat sekä hankejulkaisuja että opetusmateriaaleja. Tämä tarkoittaa luettavuutta, ymmärrettävyyttä ja käytettävyyttä tukevaa visuaalista muotoa sekä kahdensuuntaisen havainnointiprosessin samanaikaista hyödyntämistä, kohderyhmälle osuvaa estetiikkaa unohtamatta (Cairo 2013, 119–121; Koponen ym. 2016, 87–90).

Tässä kehittämistyössä kohderyhmänä tarkasteltiin opettajia ja oppimistoimintaa. Kehittämistyön selvityksen mukaan heidän etsimän materiaalin voi jakaa kahteen pääluokkaan: ajankohtainen taustatieto opiskelijoille luettavaksi opintojakson eri vaiheissa sekä erilliset osat, jotka ovat helposti siirrettäväksi osaksi opetusta ja omaa luentomateriaalia. Taustatiedoksi sopivat useimmiten kohtuullisen tiiviit tekstit, kuten suuremmasta kokonaisuudesta erotettavat artikkelit tai tapausesimerkit. Julkaisumuotoilussa tätä tukee erityisesti tekstin jaksottelu pitkien tekstimassojen sijaan. Visualisointeja käytetään hankejulkaisuissa vain vähän, vuonna 2021 alle kolmanneksessa julkaisuja. Tiedon visualisointi tukisi erityisen hyvin asian ymmärtämistä julkaisun osana. Visualisoinnit toimisivat myös itsenäisenä

keskeistä asiaa esittelevänä materiaalina, niin osana opetustyötä kuin erilaisissa tilaisuuksissa hanketta ja sen tuloksia esiteltäessä.

Hankejulkaisujen muodon kohdentumiseen liittyy hankejulkaisujen dokumenttianalyyssissä tunnistettujen julkaisutyyppeiden ominaisuuksien hyödyntäminen kohderyhmälähtöisesti. Julkaisutyyppi on valittavissa. Valinta julkaisua suunniteltaessa ohjaa kirjoitustyötä, parhaimmillaan sitä helpottaen. Esimerkiksi perustyyppinen raportti ohjaa työtä eri suuntaan kuin visuaalisen tyyppin käsikirja. Muotoilun piirteet rakentavat julkaisun lajityyppiä, joka on tärkeä genren tunnistamisen piirre ja uskottavuustekijä (Koponen ym. 2016, 75).

7.4 Muotoiluosaamisen kasvattaminen

Muotoilun merkitys tunnistettiin kehittämistyössä ilmeisenä hankejulkaisuihin liittyvänä tekijänä ja merkittävänä osana niiden käyttämistä. Hankejulkaisujen muotoilun kehittyminen vaatii muotoiluosaamista. Ratkaisuehdotukset ovat seuraavat:

- tiiviimpi yhteissuunnittelu julkaisun sisällön ja muodon toteuttajien välillä
- hanketoimijoiden julkaisumuotoiluosaamisen vahvistaminen
- konsultoiva graafinen suunnittelija osaksi julkaisutiimiä.

Kirjoittajien ja visuaalisten suunnittelun yhteissuunnittelun lisääminen

Yhteissuunnittelun käytänteiden kehittäminen julkaisujen sisällön tuottajien ja visuaalisten suunnittelijoiden välille näkyisi hankejulkaisujen kehittymisenä. Se tukisi yhteistä tavoitetta kohderyhmään osuvasta, käytettävästä ja vaikuttavasta julkaisusta. Tulos on yhdenmukainen tietopohjassa esitetyn kanssa. Esimerkiksi Koponen ym. (2016) nostavat esiin kolme olennaista syytä, miksi visuaalisen suunnittelijan, tietomuotoilijan, mukana olo mahdollisimman varhaisesta vaiheesta alkaen on merkityksellistä. 1) Parhaat ideat syntyvät ja jalostuvat moniammatillisessa dialogissa. Visuaalisen alan ammattilainen tuntee visuaaliset mahdollisuudet, sisällön asiantuntija sisällön. 2) Visuaalisen alan ammattilainen osaa auttaa jo suunnitteluvaiheessa kohderyhmän määrittelyssä ja huomioimisessa. Tämä vaikuttaa niin sisällöntuotannon kuin tietomuotoilun prosesseihin ja on siksi tehtävä prosessin alussa. 3) Tietomuotoilijan mukana ololla varmistetaan mahdollisiin tiedon visualisointeihin tarvittavan datan määrittely, kerääminen ja koostaminen tarkoituksenmukaisesti ja suoraan käytettävässä muodossa. (Koponen ym. 2016, 314.) Näkökulmat tulivat esille myös tässä kehittämistyössä.

Tällä hetkellä on tyypillistä, että visuaalinen suunnittelija otetaan prosesseihin mukaan siinä vaiheessa, kun julkaisun käsikirjoitus on valmis ja halutaan sille esitystapa, taitettu julkaisu. Nykyistä yhteistyötä pidetään positiivisena ja toimivana, mutta tiiviimmät yhteiset prosessit

veisivät julkaisumuotoilua pidemmälle. Käytännön kehittäminen, jossa graafinen suunnittelija olisi kiinteämmin osa julkaisuprosessia ideoinnista alkaen, tukisi julkaisujen kehittymistä kohderyhmälle osuvampaan muotoon. Yhteistyö tukisi kaikkien julkaisuprosessiin osallistuvien työtä.

Hanketoimijoiden julkaisumuotoiluosaamisen vahvistaminen

Julkaisumuotoiluun liittyvistä löydöksistä keskeinen on hanketoimijoiden julkaisumuotoilun merkityksen ja vaihtoehtojen ymmärryksen lisääminen. Se tukisi sekä yhteistyötä visuaalisten suunnittelijoiden kanssa että julkaisujen kehittämistä. Sivutuotteena sillä voisi olla vaikutusta myös laajemmin viestintää tukevan visuaalisuuden kehittymiselle. On vaikea ideoida vaihtoehtoja, joista ei ole tietoinen tai hyväksyä ratkaisuja, ellei ymmärrä niiden keskeistä merkitystä. Nämä tulokset ovat yhtenevät Grafia ry:n hankkeen tulosten kanssa, jossa kohteena oli graafisen sisällön tilaajien ja tekijöiden välisen ymmärryksen kehittäminen (Jokinen 2012).

Tässä yhteydessä muotoiluosaamisen vahvistaminen tarkoittaisi ymmärrystä julkaisumuotoilun perustavoitteista ja merkityksestä, kuten siitä, mitä käytännössä tarkoittaa havaitsemisen prosessien tukeminen ja luettavuuden, ymmärrettävyyden ja käytettävyyden lisääminen. Samoin se tarkoittaisi konkreettisten julkaisumuotoilun vaihtoehtojen tuntemista ja kohderyhmän tarpeiden tarkempaa tunnistamista ja huomioimista muotoilussa. Nämä tukevat ja helpottavat myös kirjoitustyötä. Olennaista on myös ymmärrys prosessin vaiheista haasteineen ja mahdollisuuksineen. Toimeksianto-osaamisen, alan termin briiffauksen, kehittyminen asian ja vaihtoehtojen ymmärtämisen myötä jo itsessään veisi julkaisumuotoilua eteenpäin. Yhteinen kieli avaa mahdollisuuksien maailman ja syventää yhteistyötä.

Muotoiluosaamisen kehittymistä voisi toteuttaa Hankeviestinnän käsikirjan (Hermiö ym. 2021) jatkoksi kehitettävällä ja hanketoimijoille kohdennetulla visuaalisen viestinnän työkirjalla ja siihen liittyvällä työpajakonseptilla. Tämän kehittämistyön tietopohjaan ja tuloksiin pohjaten voisi toteuttaa tiiviin ja hanketoimijoille kohdennetun julkaisun. Metropolian julkaisutiimissä on olemassa toimiva dialoginen työpajakonsepti hankkeen julkaisujen sisällölliseen ideointiin. Tämän työpajan rinnalle tai sen osaksi voisi kehittää työpajan, jossa ideoitaisiin tulevaa julkaisua ja sen muotoilua moniammatillisessa ryhmässä, visuaalisen ulkoasun toteuttaja mukaan kutsuttuna. Julkaisu-CV:n ideointityöpajan työtapa voisi soveltaen hyödyntää työpajassa.

Julkaisutiimin täydentäminen konsultoivalla graafisella suunnittelijalla

Yksi hankejulkaisujen muotoilun kehittämiseksi esiin noussut ratkaisuehdotus on konsultoitavan graafisen suunnittelijan rekrytoiminen osaksi julkaisutiimiä. Hänen työnkuvansa

keskiössä olisi julkaisumuotoilun sekä siihen liittyvän yhteistyön kehittäminen kouluttaen, koordinoiden ja konsultoiden organisaatioissa.

Hanketoimijoiden asiantuntijuus keskittyy luonnollisesti hankkeiden sisällöllisiin lähtökohtiin, tulevaisuusajatteluun ja projektinhallintaan. Metropoliassa on useita tukitoimintoja hankkeissa työskenteleviä varten. Viestinnän tai julkaisujen visuaalisuuteen liittyvää tukea ei toistaiseksi ole saatavilla. Tämän päivän tarpeet huomioiden, sille olisi tarvetta.

Julkaisumuotoilulle on valtava määrä vaihtoehtoja. Julkaisun tavoitteeseen sopivien vaihtoehtojen ideoiminen ja etsiminen hankejulkaisua tuottavien tukena julkaisuprosessin alkumetreiltä saakka tukisi sekä kirjoittajien että graafikoiden työtä. Se vahvistaisi julkaisujen erottumista ja kohdentumista määrittelyille käyttäjille. Samoin se vahvistaisi julkaisujen yhtenäistä linjaa ja tasoa, organisaatiosta syntyvää mielikuvaa vahvistaen.

Yksittäisinä asioina konsultoiva graafinen suunnittelija toimisi luontevasti yhteistyön edelleen kehittämisessä Metropolian sisäisen suunnittelutoimisto Valovirran kanssa. Samoin hän toisi asiantuntijuutta mahdollisessa siirtymässä pdf-formaatista eteenpäin.

7.5 Pdf-formaatista kohti tulevaisuuden julkaisuformaatteja

Julkaisuformaattien ja julkaisualustojen kehittäminen tätä päivää ja tulevaisuutta palveleviksi on erittäin ajankohtainen kehittämisen tarve, joka kehittämistyössä nousee esille. Tämä liittyy sekä hankejulkaisujen juurtumiseen osaksi oppimistoimintaa että yleisemmin julkaisujen käyttämiseen. Kohderyhmän edustajat ovat tottuneita monipuolisiin ja monimediaisiin käyttöliittymiin niin e-kirjojen, podcastien, vlogien ja erilaisten mobiilisovellusten ollessa osa arkea. Hankejulkaisujen formaattina vallalla oleva pdf-tiedosto ei palvele käyttöliittymänä. Se ei tue selailuominaisuuksia tai monimediaisuuden ja vuorovaikutteisuuden mahdollisuuksia. Konkreettisenä haasteena on myös skaalautuvuus, jota sähköiseltä julkaisulta nykyisin odotetaan. Pdf-julkaisu ei skaalaudu.

Julkaisuformaattiin liittyy kehittämistyössä esiin noussut ajatus julkaisuryppään toteuttamisesta. Se laajentaisi hankejulkaisujen käyttömahdollisuuksia ja vastaisi opettajien kuvaamaan oppimateriaalin tarpeeseen. Esimerkiksi kokonaisuuden, johon kuuluisi laajempi tekstipainotteinen materiaali, lyhyemmät yleistajuiset julkaisut sekä esitysten taustamateriaaliksi soveltuvat koosteet ja visualisoinnit, voisi suunnitella ja toteuttaa samalla kertaa kohtuullisella lisätyöllä. Hankeviestinnän asiantuntijat esittävät samoin, erimuotoisia julkaisuja kannattaa tehdä loppujulkaisun sijaan tai sen rinnalle sekä ajallisesti läpi hankeen. Se vahvistaa myös julkaisujen ja hankeviestinnän yhteyttä. (Nikina-Ruohonen & Wallin 2021, 49–54; Hermiö ym. 2021, 107–110.)

8 Pohdinta

8.1 Johtopäätökset

Tämän kehittämistyön ydinkysymyksenä on ollut, miten hankejulkaisujen hyödyntämistä voitaisiin lisätä. Johtolankana oli aluksi julkaisumuotoilun yhteys asiaan. Haaste näyttäytyi pian tätä monisyisempänä. Olennaiseksi kysymykseksi kirkastui se, miten hankejulkaisujen juurtumista oman organisaation oppimistoimintaan voisi lisätä.

Kehittämistyö tuotti laajan aineiston. Aineiston analyysin pohjalta esitetyt tulokset esittävät useita perusteltuja ehdotuksia kehittämistyön jatkamiselle liittyen niin viestinnän, yhteistyön, julkaisuformaattien kuin muotoiluosaamisen kehittämiseen. Luonteeltaan tulokset ovat kokonaisuutta kuvaavia ja kehittämissuuntia esiin piirtäviä.

Olennaisimmaksi ratkaistavaksi haasteeksi nousi tietoisuuden kasvattaminen julkaisujen olemassaolosta sekä viestintäkäytänteiden synnyttäminen ja vakiinnuttaminen niihin liittyen. Ydinkysymys hankejulkaisujen käyttämisen lisäämisestä on juurruttamiseen liittyvä haaste. Ei siis ole yllättävää, että viestinnän rooli nousi voimakkaasti esiin. Onhan vaikuttava viestintä juurruttamisen ydin, alkaen hankesuunnittelusta ja jatkuen läpi hankkeen sekä hankkeen päättymisen jälkeen.

Yksi viestinnän kehittämiseen liittyvistä ideoista prototypoitiin ja testattiin. Työnimellä julkaisu-CV toteutettu visuaalinen kooste hankejulkaisusta todettiin toimivaksi. Julkaisuajankohtana uutisoinnin tukena se toimii sellaisenaan. Jatkokehittämistä kuitenkin tarvitaan koosteen jalostamiseksi helposti varioitavaan muotoon sekä erityisesti sen säilytyspaikan, löydettävyyden ja viestinnän haasteiden ratkaisemiseksi.

Aineiston pohjalta muodostettu hankejulkaisun polku osoittaa selkeitä kohtia prosessista, joissa haasteeseen voidaan vaikuttaa. Erityinen paine kohdistuu hankesuunnittelun vaiheeseen. Hankkeen julkaisuprosessit, niihin liittyvä yhteistyötarve, juurruttamisprosessi sekä näihin tarvittavat resurssit täytyisi pystyä ennakoimaan ja liittämään osaksi suunnitelmaa, vaikka ollaan ajallisesti kaukana itse hankkeen aloittamisesta. Hankkeiden hakuvaiheeseen tarvitaan tietoisuutta ja ymmärrystä julkaisujen merkityksestä osana hankkeen kokonaisuutta. Toteuttaminen hanketyön arjessa mahdollistuu vain, jos julkaisut tulevat huomioiduksi hankesuunnitelmassa tarkoituksenmukaisella tavalla.

Painopiste kehittämistyössä siirtyi pois julkaisumuotoilusta. Muotoiluosaamisen vahvistaminen on kuitenkin tärkeässä roolissa osana hankejulkaisujen juurruttamista. Muotoilulla julkaisusta tehdään vastaanottajalleen tarkoituksenmukainen ja helposti käytettävä. Visuaalisuuden merkitys tiedonvälityksessä on havaittu ja tutkittu, mutta hämmästyttävän suuri

osa yritysviestinnästä on tekstipainotteista. Tiedon ulkomuodon merkitystä jopa vähätelään, vaikka sillä on selkeä yhteys tiedon käytettävyydelle ja sitä kautta myös yrityksen tulokseen. (Balliet 2020, 51; Linsky 2017, 635–636.) Lieneekö taustalla asenne, että tekstipainotteisuus koetaan ammattimaisempana ja luotettavampana?

Hankejulkaisujen muotoilulla on merkitystä myös osana organisaatiosta syntyvää mielikuvaa. Vastaanottajakeskeisesti harkittu muotoilu, joka esittelee hankkeen tuloksia ymmärtämistä ja tiedon käyttöönottamista tukien, tukee kuvaa siitä, että itse työn tekeminen on ollut jäsentynyttä ja kohderyhmäkeskeistä (Eloranta ym. 2019). Hyvin muotoiltu hankejulkaisu tuo organisaatiolle lisäarvoa suoraan viestin välittymisen ja tiedon käyttöön ottamisen tukijana sekä välillisesti positiivisen laatumielikuvan synnyttäjänä.

Kaikkiin neljään ehdotettuun kehittämisen suuntaan tarttuminen tuottaisi todennäköisimmin parhaan tuloksen. Toimivat järjestelmät ja julkaisuformaatit, yhteistyön tuloksena syntyvä kohdennettu sisältö ja muoto sekä kohderyhmän tavoittava viestintä, luovat mahdollisuuden hankejulkaisujen hyödyntämisen lisääntymiselle ja osaksi oppimistoimintaa juurtuville hankejulkaisuille. Mikäli hankejulkaisujen hyödyntämisen lisäämistä todella halutaan kehittää, tarkoittaa se väistämättä useiden toimijaryhmien yhteistyötä sekä organisaatiotason päätöksiä. Kukaan yksin tai yksi toimijaryhmä irrallaan muista, ei pysty viemään esitettyjä ratkaisuideoita osaksi pysyviä organisaation käytänteitä. Kuten Halonen (2021) sanoo, helposti käyttöön otettavan ja sopivaksi todetun ratkaisun voi ottaa näppärästi kokeiluun yksilötasolla. Vasta johtotasolta lähtevä päätös vie kokeilun organisaatioon laajemmin. (Halonen 2021, 34–37.)

8.2 Tekoälystä tukea hankejulkaisujen hyödyntämisen lisäämiseen

Yhtä matkaa kehittämistyön etenemisen kanssa osaksi työarkea on tullut tekoäly. Tekoälyyn liittyvät asiat eivät ole olleet mukana tässä kehittämistyössä, sillä tekoälyn räjähtävä kehitys ja tietoisuus sen käyttömahdollisuuksista levisivät vasta työn keskeisen vaiheen jälkeen. Tekoälyn mahdollisuuksien kartoittaminen liittyen kehittämistyön esille nostamiin haasteisiin olisi kuitenkin järkevää.

Sisällöntuotannossa tekoälyä todennäköisesti jo hyödynnetään. Esimerkiksi kuvituksena näkyy yhä useammin selkeästi tekoälyn tuottamia kuvituskuvia. Tekstin sujuvoittamisessa sekä kieliversioiden tuottamisessa kahvipöytäkeskustelujen perusteella tekoälyä käytetään myös paljon. Tekoälyn hyödyntämismahdollisuuksia esimerkiksi yleistajuisten tiivistysten tekemiseksi laajemmista hankejulkaisuista olisi järkevä tutkia.

Keskustelin aiheesta epävirallisesti Metropolian AI-projektipäällikön kanssa kehittämistyön loppuvaiheessa. Kuulostaa siltä, että tulevaisuudessa monet tässä kehittämistyössä esitetyt asiat voivat saada tukea tai jopa ratkaisuja tekoälyn avulla kehitetyistä ja organisaation järjestelmiin liitetystä toiminnoista. Esimerkiksi kohderyhmien tarpeiden huomioiminen opetussuunnitelmatekstejä analysoimalla julkaisusuunnittelun vaiheessa, tai jo tehdyn julkaisun ja opintojaksojen välisten yhteyksien löytämisessä olisi tekoälylle helppoa. Julkaisujen haakuun liittyvät haasteet voitaisiin myös todennäköisesti pitkälle ratkaista tekoälyä hyödyntäen. Mahdollisuudet ovat tätä laajemmat, inhimillinen älyni ei niitä tässä kohtaa ilman syvempää perehtymistä tunnista.

8.3 Kehittämistyön ja valittujen menetelmien arviointi

Tämän kehittämistyön tulokset pohjautuvat monista näkökulmista eri menetelmin kerättyyn aineistoon. Useiden näkökulmien huomioiminen ja niistä muodostettu käsitys lisäävät tulosten luotettavuutta, samoin eri menetelmien käyttäminen (Ojasalo ym. 2015, 40).

Omaakohtainen kokemukseni ammattikorkeakoululehtorina, julkaisuasiantuntijan sijaisena sekä hankejulkaisujen visuaalisena suunnittelijana ovat varmasti vaikuttaneet kehittämistyöhön, sen prosessiin ja aineiston tulkintaan. Tätä vaikutusta on vaikea tarkoin arvioida. Esimerkiksi dokumenttianalyyssissä on yksittäisiä osia, jotka perustuvat hyvin suoraan tulkintaani. Toisaalta tulkinnan pohjana on monivuotinen asiantuntemukseni graafisesta suunnittelusta. Pääosin uskon taustani heijastuneen työhön positiivisesti, erityisesti haastattelutilanteissa yhteisen kielen puhumisena sekä analyyssissä ja tuloksissa näkökulmien ymmärtämisenä. Ehdotukset kehittämissuunniksi perustuvat näkökulmien kokonaisuudelle.

Haastattelujen korostuminen kehittämistyön menetelmänä oli perusteltua, mutta siihen on syytä suhtautua myös kriittisesti. Haastattelut ohjaavat työtä vahvasti yksilön näkökulman ymmärtämiseen. Kehittämistyön tekijän vastuulle jää eri näkökulmien yhteen tuominen. Tässä työssä päädyttiin haastatteluihin erityisesti aikataulusyistä; monialaisten kohtaamisten järjestäminen ammattikorkeakoulun arjessa on haastavaa. Haastattelu on nopea ja ihmislähtöiseen eri näkökulmien ymmärtämiseen sopiva menetelmä (Ojasalo ym. 2015, 106). Monialaiset kohtaamiset suuntaisivat aiheen tarkastelua eri tavoin. Näkökulmien törmäyttäminen esimerkiksi dialogisuuteen ohjaavan fasilitoidun työpajan muodossa tuottaisi erilaista aineistoa. Erilaisten näkökulmien ymmärtäminen, oman näkökulman peilaaminen niihin ja yhteinen merkityksen luominen nousisivat esille. Dialogisuudella on mahdollista rakentaa moniulotteista kuvaa ilmiöstä, oppia eri näkökulmien kautta niin omasta kuin muiden ajattelumalleista sekä tuottaa ratkaisuja, joita vain ryhmä voi tuottaa. (Esim. Raisio ym. 2018, 45–47.) Dialogisessa mallissa on omat haasteensa, kuten psykologisen

turvallisuuden ja tasa-arvoisen kohtaamisen luominen dialogin mahdollistamiseksi. Se vaatii osaavan fasilitoijan tuekseen. Dialoginen tapa tarvitsee tyypillisesti myös enemmän aikaa prosessille. Aiheen mahdollisessa jatkokehittämisessä ottaisiin mukaan dialogisuuden, sen haasteista huolimatta.

Tulevaisuusajattelu oli selkeästi mukana julkaisutiimin tulevaisuuden muistelun työpajassa ja graafikoiden haastatteluissa. Myös muiden toimijaryhmien kanssa tulevaisuuden visiointi olisi monipuolistanut näkemystä toivotusta ideaalilanteesta.

Käsiteltävän haasteen moninäkökulmainen ymmärtäminen korostui työssä jossain määrin syvällisen käsittelyn kustannuksella. Laajaan aineistoon sisältyy suuri määrä yksityiskohtia ja pienempiä ajattelun polkuja, jotka jäävät laajuuden jalkoihin.

Opinnäytetyötä rajatessa tein valinnan jättää opiskelijänäkökulma työn ulkopuolelle. Mikäli hankejulkaisujen juurtumista osaksi oppimistoimintaa lähdetään edistämään, kannattaisi harkita sen mukaan ottamista. Tiedon vastaanottamisen ja käyttämisen tavat ovat viime vuosina muuttuneet paljon. Digi-aikaan syntynyt sukupolvi kokee asian eri tavoin, kuin siihen opetelleet sukupolvet. Opetusmateriaalin loppukäyttäjän, opiskelijan, näkökulman ymmärtäminen olisi siten hyödyllistä.

8.4 Lopuksi

Oma osaamiseni on kehittynyt tämän kehittämistyöprosessin aikana. Muotoiluajatteluun, tietomuotoiluun ja juurruttamiseen perehtyminen on selkeyttänyt ja syventänyt ymmärrystäni niistä. Muotoiluajattelulle ominaisen ihmislähtöisyyden merkitys on korostunut monimuotoista aineistoa kerätessäni ja analysoidessani. Todellakin, ilman prosessiin liittyvien ihmisten osallisuutta, kehittämistyö olisi vain arvailua. Samoin on hahmottunut iteratiivisuuden olennaisuus lempeästi kokeiluihin suhtautuvana ja työtä suuntaavana piirteenä. Työtavoiltani tyypillisemmin tarkkaan ennakkosuunniteluun panostavana sain tästä työstä positiivisen kokemuksen, jossa prosessin myötä vastaan tulevat asiat saivat vaikuttaa vahvasti työn kulkuun.

Tämä kehittämistyö toimii toivottavasti pohjana Metropolia Ammattikorkeakoulun kaikkia ydintoimintoja hyödyttävälle kehittämiselle liittyen hankejulkaisujen hyödyntämisen lisäämiseen. Kehittämistyön tulokset ovat hyödynnettävissä myös muissa ammattikorkeakouluissa sekä laajemmin hankkeiden eri sidosryhmissä, kuhunkin kontekstiin tuloksia ajatellusti soveltamalla. Suosittelen muotoiluajattelua lähestymistapana myös seuraaviin kehitysaskeliin. Suuren asiantuntijaorganisaation toisiinsa limittyvien prosessien ja useiden toimijoiden huomioiminen osana laajempaa kontekstia ihmislähtöisesti, ketterin kokeiluin ja osallistuin työtavoin mitä todennäköisimmin saa aikaan parhaan tuloksen.

Lähteet

- Aluehallintovirasto. Saavutettavuusvaatimukset. Viitattu 14.6.2023. Saatavissa: <https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi>
- Ammattikorkeakoululaki. Viitattu 15.10.2023. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2014/20140932>
- Arene 2020. Ammattikorkeakoulubarometri 2020. Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto Arene.
- Agarwal R. & Selen W. 2015. Dynamic capabilities for service innovation in service systems. Teoksessa Agarwal, R., Green, R., Selen W. & G. Roos (toim.) The handbook of service innovation. London: Springer London, s. 237–252.
- Avoin tiede 2022. Avoimen oppimisen linjaus. Viitattu 15.10.2023. Saatavissa: <https://avointiede.fi/fi/linjaukset-ja-aineistot/kotimaiset-linjaukset/oppimisen-ja-oppimateriaalien-avoimuuden-linjaus>
- Balliett A. 2020. Killer visual strategies. Wiley.
- Boag A. 2017. Information design & value. Teoksessa Black A., Luna P., Lund O. & Walker S. Information design, research and practice. Routledge, s. 619–634.
- Cairo A. 2013. The Functional Art. An introduction to information graphics and visualization. New Riders.
- Celia. Viitattu 14.6.2023. Saatavissa: <https://www.saavutettavasti.fi>
- Cupore. Julkaisut. <https://www.cupore.fi/julkaisut/>
- Dam, R. F. 2023. The 5 Stages in the Design Thinking Process. Interaction Design Foundation. Viitattu 24.8.2023. Saatavissa: <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>
- Design Council 2005. Double Diamond. Viitattu 24.8.2023. Saatavissa: <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/>
- Eskola J. & Vastamäki J. 2015. Teemahaastattelu: opit ja oivallukset. Teoksessa Valli R. & J. Aaltola. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. PS-Kustannus, s. 27–44.
- Grafia. Visuaalisen viestinnän suunnittelu. Viitattu 28.11.2023. Saatavissa: www.grafia.fi

Halonen, K. 2017. Juurruttamisen 4 V:tä – viesti, varioi, valtavirtaista, vakiinnuta. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Viitattu 14.6.2023. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-328-068-7>

Halonen, K. 2021. Projekti loppuu, mitä jää? Sosiaalisten innovaatioiden juurruttaminen. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Viitattu 14.6.2023. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-328-292-6>

Hasso Plattner Institute of Design at Stanford University. Leveraging Design Thinking in qualitative research. Viitattu 24.8.2023. Saatavissa: <https://archive.researchworld.com/leveraging-design-thinking-in-qualitative-research/>

Hautala A. 2022. Pisteestä asiaa – julkaisupisteet ja julkaisutiedonkeruu. TAMK-blogi. Viitattu 20.6.2023. Saatavissa: <https://blogs.tuni.fi/tamkblogi/henkilosto/pisteesta-asiaa-julkaisupisteet-ja-julkaisutiedonkeruu/>

Hautamäki A. & Oksanen K. 2015. Systemic development of service innovation. Teoksessa Agarwal, R., Green, R., Selen W. & G. Roos (toim.) The handbook of service innovation. London: Springer London, s. 349–372.

Hermiö A., Merimaa M., Wallin R., Wegmüller M. & Åman Kyyrö M. 2021. Hankeviestinnän käsikirja. OIVA-sarja 42. Metropolia Ammattikorkeakoulu.

Hermiö A., Merimaa M., Wallin R., Wegmüller M. & Åman Kyyrö M. 2021. Kohti menestyksestä hankeviestintää. Teoksessa Hermiö A., Merimaa M., Wallin R., Wegmüller M. & Åman Kyyrö M. Hankeviestinnän käsikirja. OIVA-sarja 42. Metropolia Ammattikorkeakoulu, s. 17–19.

Hermiö A., Merimaa M. & R. Wallin 2021. Tee julkaisu, jolla on tarkoitus. Teoksessa Hermiö A., Merimaa M., Wallin R., Wegmüller M. & Åman Kyyrö M. Hankeviestinnän käsikirja. OIVA-sarja 42. Metropolia Ammattikorkeakoulu, s. 107–110.

Hero L-M. 2023. MINNO TKI-hankkeissa. Teoksessa Unkari-Virtanen L. & Huhtaniemi M. (toim.) TKIO – tulevaisuuskestävää innovointia ja osaamista. Taito-sarja 110. Metropolia Ammattikorkeakoulu, s. 84–87. Viitattu 20.2.2024. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-328-383-1>

Huhtaniemi M. & Unkari-Virtanen L. 2023. TKIO-toiminnan vaikuttavuuden perusta. Teoksessa Unkari-Virtanen L. & Huhtaniemi M. (toim.) TKIO – tulevaisuuskestävää innovointia ja osaamista. Taito-sarja 110. Metropolia Ammattikorkeakoulu, s. 24–29. Viitattu 20.2.2024. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-328-383-1>

- Huhtaniemi M. 2023. Vaikuttavalla strategialla rakennetaan kestävää tulevaisuutta. Teoksessa Unkari-Virtanen L. & Huhtaniemi M. (toim.) TKIO – tulevaisuuskestävää innovointia ja osaamista. Taito-sarja 110. Metropolia Ammattikorkeakoulu, s. 12–17. Viitattu 20.2.2024. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-328-383-1>
- Huttunen S., Vilkkuna A-M. & Vuolteenaho M. 2021. Yhteistyöstä vaikuttavuutta. Teoksessa Hermiö A., Merimaa M., Wallin R., Wegmüller M. & Åman Kyrrö M. Hankeviestinnän käsikirja. OIVA-sarja 42. Metropolia Ammattikorkeakoulu, s. 14–16.
- IDEO, E. 2015. The field guide to human-centered design: Design kit. Viitattu 24.8.2023. Saatavissa: <https://www.designkit.org>
- Johnson J. 2010. Designing with the mind in mind. Elsevier.
- Jokinen H. 2012. Sitä saa mitä hankkii. Visuaalisen viestinnän hankintaopas. Grafia ry. Julkaisutiedonkeruun ohje. Metropolia. Viitattu 15.10.2023. Saatavissa: <https://libguides.metropolia.fi/hankepalvelut/julkaisutiedonkeruu>
- Karvonen E., Kortelainen T. & Saarti J. 2014. Julkaise tai tuhoutu! Johdatus tieteelliseen viestintään. Vastapaino.
- Kelo M. & Kesänen J. 2023. Pedagogiset linjaukset luovat pohjaa TKIO-toiminnalle. Teoksessa Unkari-Virtanen L. & Huhtaniemi M. (toim.) TKIO – tulevaisuuskestävää innovointia ja osaamista. Taito-sarja 110. Metropolia Ammattikorkeakoulu, s. 64–67. Viitattu 24.11.2023. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-328-383-1>
- Keränen P. 2023. TKIO-prosessi opintojaksolla. Teoksessa Unkari-Virtanen L. & Huhtaniemi M. (toim.) TKIO – tulevaisuuskestävää innovointia ja osaamista. Taito-sarja 110. Metropolia Ammattikorkeakoulu, s. 94–96. Viitattu 24.11.2023. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-328-383-1>
- Kokko R-L. 2007. Tulevaisuuden muistelu – palaveri – toiveikkuutta tuottava yhteistyömenetelmä. Yhteiskuntapolitiikka 72:2, s. 166–174.
- Koponen J., Hildén J. & Vapaasalo T. 2016. Tieto näkyväksi – informaatiomuotoilun perusteet. Aalto-yliopisto.
- Koponen J. & Hildén J. 2019. Data visualization handbook. Aalto-yliopisto.
- Koskinen I., Ruuska M. & Suni T. 2018. Tutkimuksesta toimintaan. Tieteentekijän opas viestintään ja vaikuttamiseen. Art House.

Laajalahti, A. & Laaksonen V. 2023. Tutkittu tieto käytäntöön: Miten lisätä tutkitun tiedon hyödyntämistä yhteiskunnassa? Prologi – Viestinnän ja vuorovaikutuksen tieteellinen aikakauslehti, 19(1), s. 82–92. Viitattu 4.12.2023. Saatavissa:

<https://doi.org/10.33352/prlg.125033>

Laaksonen S-M. & Poutanen P. 2020. Tiedeviestintä tieteen avoimuuden tukena. Tieteessä tapahtuu Vol 8 nro 5. Tieteellisten seurain valtuuskunta. Viitattu 4.12.2023.

Saatavissa: <https://journal.fi/tt/article/view/99569>

Lamminpää S. 2021. Muotoiluajattelu ja kompleksisuus. Teoreettis-käsitteellinen tutkimus muotoiluajattelun strategisista ja päätöksentekometodologisista mahdollisuuksista. Väitöskirja. Lapin yliopisto. Viitattu 10.11.2023. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-337-256-6>

Linsky R. 2017. The LUNAtic approach to information design. Teoksessa Black A., Luna P., Lund O. & Walker S. Information design, research and practice. Routledge, s. 635–641.

Marin K. & Taponen E. 2023. TKI-hankkeet jatkuvan oppimisen palvelujen kehittäjinä. Teoksessa Unkari-Virtanen L. & Huhtaniemi M. (toim.) TKIO – tulevaisuuskestävää innovointia ja osaamista. Taito-sarja 110. Metropolia Ammattikorkeakoulu, s. 78–80. Viitattu 24.11.2023. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-328-383-1>

Metropolia Ammattikorkeakoulun julkaisutoiminta. Viitattu 15.10.2023. Saatavissa: <https://www.metropolia.fi/fi/tutkimus-kehitys-ja-innovaatiot/julkaisut>

Miettinen, S. (toim.) 2011. Palvelumuotoilu: uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Teknologiateollisuus ry, Savonia-ammattikorkeakoulu, Kuopion muotoiluakatemia. 2. painos. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Mootee I. 2013. Design thinking for strategic innovation: What they can't teach you at business or design school. Hoboken: John Wiley & Sons. O'Reilley Media Inc. Sivunumeroinen e-kirja.

Muotio L. 2022. Kuva-analyysi tutkimusmenetelmänä. Viitattu 24.11.2023. Saatavissa: [Muotioilu.info](https://muotioilu.info)

Newman D. The Design Squiggle. Viitattu 24.8.2023. Saatavissa: <https://thedesignsquiggle.com>

Nielsen Norman Group. Affinity Diagram. Viitattu 18.12.2023. Saatavissa: <https://www.nngroup.com/articles/affinity-diagram/>

Nikina-Ruohonen A. & Wallin R. 2021. Strategisesti toteutettua julkaisemista. Teoksessa Hermiö A., Merimaa M., Wallin R., Wegmüller M. & Åman Kyyrö M. Hankeviestinnän käsikirja. OIVA-sarja 42. Metropolia Ammattikorkeakoulu, s. 49–54.

Newman Daniel. Viitattu 7.11.2023. Saatavissa: [Thedesignsquiggle.com](https://thedesignsquiggle.com).

Ojasalo, K., Koskelo, M. & Nousiainen A. K. 2015. Foresight and service design boosting dynamic capabilities in service innovation. Teoksessa Agarwal, R., Green, R., Selen W. & G. Roos (toim.) The handbook of service innovation. London: Springer, s. 193–212.

Oksanen J. 2022. Semiotiikan alkeet – näin tulkitset kuvia. STT-viestintäpalvelut. Viitattu 24.11.2023. Saatavissa: <https://www.viestintapalvelut.fi/blogi/visuaalinen-viestinta-semiotikka-kuvallinen-merkitys>

Opetus- ja kulttuuriministeriö. Julkaisut korkeakoulututkimuksen määrän ja laadun mittareina. Viitattu 15.10.2023. Saatavissa: <https://okm.fi/korkeakoulu-ja-tutkimustilastot>

Opetushallitus. Ohjeita hankkeen hallinnoijalle. Viitattu 15.10.2023. Saatavissa: <https://www.oph.fi/fi/ohjelmat/ohjeita-hankkeen-hallinnoijalle-0>

Oppimisen ja oppimateriaalien avoimuus 2022. Korkeakoulu- ja tutkimusyhteisön kansallinen linjaus ja toimenpideohjelma 2021–2025. Vastuullisen tieteen julkaisusarja 16:2022. Viitattu 24.8.2023. Saatavissa: <https://edition.fi/tsv/catalog/view/419/353/953-1>

Åman-Kyyrö M. 2021. Tapahtumat osana hankeviestintää. Teoksessa Hermiö A., Merimaa M., Wallin R., Wegmüller M. & Åman Kyyrö M. Hankeviestinnän käsikirja. OIVA-sarja 42. Metropolia Ammattikorkeakoulu, s. 111–122.

Pettersson R. 2017, Gestalt principles. Opportunities for designers. Teoksessa Black A., Luna P. Lund O. & Walker S. (toim.) Information design, research and practice. Routledge, s. 425–434.

Pohjola, J. 2019. Brändin ilmeen johtaminen. Helsinki: Alma Talent.

ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry 2021. Viestintä on muutosvoima! – 2020-luvun uudet haasteet. Viitattu: 15.10.2023. Saatavissa: <https://procom.fi/viestintaala/ohjeet-ja-periaatteet/yhteisoviestinnan-periaatteet/>

Raisio H., Jalonen H. & Uusikylä P. 2018. Kesy sotkuinen vai pirullinen ongelma? Sitran selvityksiä 139. Sitra.

Rakennerahastot. Hankkeen toiminta. Viitattu: 28.8.2023. Saatavissa: <https://rakennerahastot.fi/hankkeen-toiminta>

Renfors S-M. 2014. Ammattikorkeakoulujen julkaisutoiminta luo näkyvyyttä ja tuo esiin osaamista. Signum 3/2014.

Ruokolainen I. 2022. Malleista oppilaitoksen toimintamalleiksi. Opetushallituksen raportit ja selvitykset 2022:3. Opetushallitus. Viitattu 28.8.2023. Saatavissa: https://www.oph.fi/sites/default/files/documents/Malleista_oppilaitoksen_toimintamalleiksi_0.pdf

Rönnqvist K. & Pöyry O. 2023. Mitä jokaisen on hyvä tietää ammattikorkeakoulujen rahoituksesta. Hiiltä ja timanttia -blogi. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Viitattu 26.8.2023. Saatavissa: <https://blogit.metropolia.fi/hiilta-ja-timanttia/2023/11/20/mita-jokaisen-on-hyva-tietaa-ammattikorkeakoulujen-rahoituksesta/>

Sitra 2021. Tulevaisuussanasto. Viitattu 23.8.2023. Saatavissa <https://www.sitra.fi/tulevaisuussanasto/viheliainen-ongelma/>

Sitra 2023. Megatrendit. Viitattu 20.6.2023. Saatavissa: <https://www.sitra.fi/julkaisut/megatrendit-2023/>

Stanford J., Siminoff E., Silverman M. & Mailhot J. 2017. What is Design Thinking? O'Reilly Media Inc. Sivunumeroimaton ekirja.

Stickdorn, M., Lawrence, A., Hormess, M.E. & Schneider J. 2018. This is service design doing. Applying service design thinking in the real world. A practitioner's handbook. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc. Sivunumeroimaton ekirja.

Turpeinen, M., Jurvansuu, H., Husman, P. & Ågren S. 2014a. Projektista arjen käytännöksi. Tutkimusraportti projektien tulosten juurtumista ja leviämistä edistävästä ja estävästä tekijöistä ammatillisissa oppilaitoksissa. Arjen arkki. Työterveyslaitos & Suomen ammatillisen koulutuksen kulttuuri- ja urheiluliitto, SAKU ry. Viitattu 12.6.2023. Saatavissa: https://issuu.com/pivito/docs/aa_tutkimusraportti_verkkojulk

Turpeinen, M., Jurvansuu, H., Husman, P. & Ågren, S. 2014b. Hankkeesta arjen käytännöksi. Suositukset ja tarkistuslistat. Työterveyslaitos & Suomen ammatillisen koulutuksen kulttuuri- ja urheiluliitto, SAKU ry. Viitattu 12.6.2023. Saatavissa: https://issuu.com/pivito/docs/aa_k__sikirja_verkkojulk

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum.

Työturvallisuuskeskus. Tietotyö, kognitiivinen kuormittuminen ja tietoergonomia. Viitattu 28.11.2023. Saatavissa: <https://ttk.fi/tyoturvallisuus/toimialakohtaista-tietoa/asiantuntija-ja-toimistotyto/tietotyto-kognitiivinen-kuormittuminen-ja-tietoergonomia/>

Unkari-Virtanen L. & Huhtaniemi M. (toim.) 2023. TKIO – tulevaisuuskestävää innovointia ja osaamista. TAITO-sarja 110. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-328-383-1>

Wegmüller M. & Sipilä A. 2021. Viestintävastuut hanketyössä. Teoksessa Hermiö A., Merimaa M., Wallin R., Wegmüller M. & Åman Kyyrö M. Hankeviestinnän käsikirja. OIVA-sarja 42. Metropolia Ammattikorkeakoulu, s. 25–28.

Weinschenk S. 2020. 100 Things every designer needs to know about people. Toinen painos. Peachpit Press.

Väänänen I. & Friman M. 2018. Julkaisutoiminnan vaikuttavuus. Julkaisussa Ammattikorkeakoulujen TKI-toiminnan vaikuttavuus. Ammattikasvatuksen aikakauskirja, vol 20(3). Ammattikoulutuksen tutkimusseura OTTU ry, 35–43. Viitattu 28.11.2022. Saatavissa: <https://journal.fi/akakk/article/view/84631>